



**UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
INSTITUTO DE FILOSOFÍA**

PROGRAMA DE MAGÍSTER EN FILOSOFÍA

LA MERCANCÍA, UNA MÁQUINA PERSISTENTE

**TESIS PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE
MAGÍSTER EN FILOSOFÍA
CON MENCIÓN EN PENSAMIENTO CONTEMPORÁNEO**

AUTOR TESIS: Aurelio Donoso P.

PROFESOR GUÍA: Dr. Alejandro Madrid Zan

VALPARAÍSO, DICIEMBRE 2024

La Mercancía, una Máquina Persistente

Datos de la tesis:

- Nombre del autor: Aurelio Donoso Páez
- Profesor guía: Alejandro Madrid Zan
- Grado académico obtenido: Magister en Filosofía mención en Pensamiento Contemporáneo.
- Título de la tesis: La mercancía, una máquina persistente
- Datos personales del autor:

Correo: aurelio.donoso@postgrado.uv.cl – andromedavalpo@gmail.com

Resumen: Esta investigación desarrolla un análisis crítico del problema identificado por Marx en torno a la mercancía, considerada como un tema filosófico central para comprender la condición humana en el contexto del capitalismo industrial y posindustrial. El escrito comienza con un análisis filosófico de la perspectiva de Marx respecto a su concepto de mercancía. Posteriormente, se amplía el análisis incorporando autores como Walter Benjamin, quien destaca la dimensión teológica de la mercancía y su carácter comunicable como un fenómeno que configura el mundo del consumo. Desde una perspectiva biopolítica, se exploran las ideas de Michel Foucault para analizar el papel de la mercancía en los dispositivos y mecanismos de subjetivación, destacando su influencia en la formación de subjetividades y cuerpos dóciles, así como en la manipulación de las relaciones entre deseo, poder y saber, como el núcleo central de la economía-política. Finalmente, en la conclusión, se presentan reflexiones críticas sobre la realidad chilena, planteando cómo estas conceptualizaciones pueden aplicarse para problematizar y comprender la situación del país en el marco del capitalismo contemporáneo.

Agradecimientos:

En primer lugar, deseo agradecer a mis dos profesores Osvaldo Fernández (Q.E.P.D.) y Alejandro Madrid por su paciencia, orientaciones, recomendaciones y su exigencia filosófica. Por otra parte, quiero agradecer a mi compañero del Magister Yerko Mejías por su invaluable ayuda al haber construido un espacio para la discusión y elaboración de esta tesis.

Para Maritza y Aitana las mujeres que han conformado mi vida

índice:

Introducción	2
Capítulo 1: Sobre la existencia de la mercancía en Marx, y la realidad de las relaciones sociales	8
1.1 Todo parte con Marx.....	8
1.2 El concepto/problema de la mercancía en Marx	10
1.3 Fetichismo de la mercancía, fantasmagoría y alienación.....	19
1.4 La mercancía como una dimensión sustancial en el plano de la hegemonía cultural	26
CAPÍTULO 2: El aura de la mercancía en el pensamiento de Benjamín.....	33
2.1 La dimensión teológica de la mercancía	33
2.2 La mercancía y su <i>mise en scène</i>	39
2.3 El concepto de entidad comunicable; la autorización de los objetos de consumo.....	46
CAPÍTULO 3: La mercancía como dispositivo de poder en perspectiva foucaultiana	53
3.1 La categoría de dispositivo en Michel Foucault.....	53
Conclusión	77
Referencias Bibliográficas	85

Introducción

En nuestra época posmoderna donde las relaciones de ser humano con los otros han sido reducidas a competencia y mercantilización debemos preguntarnos, siguiendo a Marx, ¿qué espectro se cierne, ya no solo sobre Europa, también sobre el mundo? Este espectro, es uno que no ha sido conjurado en “santa jauría”, sino más bien invitado a crear y definir nuestra realidad, es el fantasma del deseo de cosas, de la cosificación de nuestra humanidad. De forma que dicho “deseo es una tensión que nos impulsa hacia un objeto que no existe, pero que creamos en ese movimiento. Lejos de ser la satisfacción de una necesidad o el remedio de una falta, el deseo es la creación del otro como atractor y mito (cf. Berardi, 2022)”

Debemos, por tanto, estudiar y aprender de él “incluso y sobre todo si eso, que no es ni sustancia ni esencia ni existencia, *no está nunca presente como tal* (cf. Derrida, 2012)”. Este espectro pertenece al mundo de la imaginación, ya que es sólo deseo, pero impide y desaprueba el placer que es parte de la vida real, al estar constantemente saturando la realidad con una sobre producción de experiencias basadas y desarrolladas en las cosas devenidas en mercancías. Y cómo esta realidad a irradiado sus expectativas de crecimiento, expansión y aceleración económica, de tal forma que pasa de ser un remedio a ser un veneno cuando alcanza los límites físicos de producción en nuestro mundo y los límites neuronales de nuestros cerebros debido a la sobre saturación de deseos satisfechos mediante cosas.

El presente trabajo pretende mostrar que el descubrimiento realizado por K. Marx entre 1842 y 1844, que aquellos bienes materiales destinados a la satisfacción de las necesidades humanas, que no son producidos para el autoconsumo, sino que son destinados al intercambio comercial (la mercancía), en un punto de encuentro social (mercado), se transforman en el fundamento objetivo y material de una sociedad de producción capitalista, ya que estos bienes escapan a la acción meramente comercial, pasando a convertirse en realidades subjetivadoras de la existencia individual y social.

Marx, se enfrentó a una realidad objetiva donde se plantea la separación entre economía y política, y trata de buscar la razón que responda el por qué la economía se presenta o crea una realidad tal como lo hace. Ya que la realidad es una, Marx buscara explicar el origen de la separación entre ambas disciplinas, y el sentido de la apariencia económica, dilema que él considera imprescindible aclarar ya que, de no hacerlo los sujetos sociales no tendrían una base material de unidad para los procesos de cambio.

Entonces ¿cuál es o sería la base material aludida?, ¿cuál es la unidad concreta del cambio social?, ¿qué acto realiza al ser genérico humano? Marx plantea como respuesta a esta pregunta, que la base material de unidad es la organización privada del trabajo, esto es la forma mercancía que asume el trabajo, descubriendo así el fundamento del Estado capitalista, en pocas palabras, lo que descubre Marx como fundamento social capitalista es la mercancía. En la medida que la mercancía, es decir, la forma privada con que se organiza el trabajo es el fundamento social moderno, el desarrollo de las propias determinaciones sociales quedara necesariamente sujeto al desarrollo de las determinaciones de la mercancía. Esta idea, sin embargo, Marx la terminara de exponer en “El Capital” sin darle un desarrollo final a las distintas formas de relaciones sociales concretas entre el capital y la relación social general. Estableciendo finalmente, que todo producto humano y su transformación en valor de cambio y valor de uso, determinará casi todos los aspectos de nuestra vida, incitando y provocando nuestro sentido común y nuestra comprensión.

Marx dio a entender que es la mercancía la unidad mínima de análisis que contiene en sí a la economía, y por ello sintetiza la relación social del capital, ya que representa a la categoría económica del modo de producción capitalista, donde la totalidad está presente en la parte. Esto convierte a la mercancía en un problema social más que un problema económico, puesto que el capitalismo no se centrará en producir un objeto útil para la satisfacción de necesidades, sino que buscará entregar un componente que sintetice y encarne un valor de cambio distinto al que

posee dicho elemento, y por tanto el objeto devenido en mercancía será apreciado socialmente, con una percepción que escapará de la economía y el comercio.

A través de este trabajo, en el capítulo 1, nos cuestionaremos acerca de la mercancía como una relación social concreta, la cual no podría ser comprendida por sí misma, sino al alero del acto mediante el cual se realiza en el ser humano. En el fondo nos preguntaremos por esa unidad mínima que fundamenta la sociedad misma, desde que Marx la establece como una realidad fantasmagórica y fetiche, la cual crea un mundo de cosas que se relacionan y comunican entre sí.

Generalmente, en cualquier tipo de sociedad distinta a la capitalista, la existencia de la mercancía se consideraba un hecho natural, y esto sería así, si solo la tomamos desde la definición dada por todos los estudios económicos, posteriores a Marx, esto es, que la mercancía es simplemente un producto, un elemento u objeto que pasa de una persona a otra para satisfacer ciertas necesidades, con lo cual adquiere una condición de ser algo forzosamente necesario, obligatorio e imperioso para la sociedad desde una visión económica y mercantil. Para no contentarnos con ello debemos reconocer, a la mercancía como producto humano, una forma de relación social, que solo desde hace algunos siglos ha predominado sobre la sociedad, imponiendo sus normas y valores como un patrón hegemónico.

Lo anterior, en el capítulo 2, lo desarrollaremos a la luz del pensamiento de W. Benjamin, principalmente desde el *Libro de los Pasajes*, ya que el concepto de mercancía podría ser el esquema central de análisis e interpretación de esta obra donde el autor establece que es en la ciudad moderna donde la problemática y representación de una realidad social controlada metodológicamente se hace palpable. Al observar y analizar el desarrollo y las tendencias sociales, este autor nos entrega miradas sobre realidades particulares que representan la generalidad, y que van definiendo un camino en donde los productos de la invención y fuerza creadora del ser humano son presentadas y materializadas en su carácter de mercancía, es decir los productos se materializan como objetos de uso y cambio a través de su exposición, todo lo cual trae adicionado el trato para con ellos por parte

de los consumidores. Los consumidores pasan a convertirse en el factor crítico, a la vez que inestable en la reproducción del sistema de producción capitalista.

Fundamentalmente la mercancía es puesta en escena, pasa a ser mostrada y a formar parte del paisaje social, llegando a su extremo cuando se convierte en el espectáculo que define todos nuestros días. El producto del trabajo humano por sí solo no es mercancía, solo lo será cuando aparezca en el mercado para ser canjeado mediante un equivalente indeterminado, este valor de cambio es una abstracción, pero efectivo al ser realizado. Es esta abstracción, la que revelara ciertas características de las mercancías, como son la universalidad, es decir estar adscritas a cualquier elaboración humana y con existencia propia, y el estar a disposición de los sujetos naturales o jurídicos, para mejor decir pueden convertirse en propiedad, intercambiarse y tener una representación simbólica.

Benjamin, a partir de estas características del valor de cambio, deduce que la sociedad capitalista posee la vocación de someter toda realidad, y transformarla en mercancía, adquiriendo este carácter, tanto el sujeto individual como las relaciones sociales que los sujetos entablan entre sí. Es por esto, que para las personas una ciudad moderna se hace atractiva, pues se convierte en el lugar donde todo se ofrece y todo se obtiene. Transformándose en el espacio donde las mercancías extienden su efectividad social, al presentarse como un entramado referencial de carácter simbólico que impactan a las personas, pues estas las usan como medios de referencia social. Por lo cual, exponer una mercancía en su contemplación crea la sensación de que podría satisfacer una necesidad, pero lograra ese efecto de satisfacción, si y solo si nunca se comprueba efectivamente que fue capaz de satisfacerla, transformándose así en un medio para ejercer dominación y poder.

Por lo tanto, en el tercer capítulo trataremos esta relación, es decir este trato implícito entre mercancía y consumidor, pacto que plantea una cierta relación de conocimiento, poder y comunicación que no se transmite solo por el lenguaje, el signo u otro medio simbólico.

Como las cosas no han sustituido al consumidor humano, el sistema funciona en base a las necesidades y deseos físicos o de fantasía, todo lo cual traerá

aparejado la generación y creación de ciertos dispositivos destinados a condicionar y estimular dichas necesidades. Para adentrarnos en esta problemática lo haremos bajo la guía de las nociones desarrolladas por M. Foucault y otros pensadores en eso que se ha denominado una “economía industrial biopolítica”, donde la técnica denominada mercancía con su tinglado inorgánico conserva y transmite la memoria social por medio del acto comercial, convirtiéndolo en un portador de la información y el conocimiento cultural a través del tiempo y el espacio.

Conocer y comunicar es sin duda, una cierta forma de actuar sobre los otros, por lo tanto, la producción y circulación de elementos significantes puede ser un objetivo o una consecuencia de actos de conocimiento, dominio y poder, y no simplemente un acto comunicacional ya que, de ser así, este acto también se vuelve mercancía. Todo acto de poder y dominio tiene su especificidad, que cruza el conjunto de relaciones sociales y aquello que se entiende por disciplinamiento, con la finalidad de ir constituyendo una sensibilidad en común que naturalice y consolide un orden social donde se sustituye la fuerza por una organización que percibe la realidad usando los sentidos, los cuales son educados o guiados para invisibilizar las contradicciones presentes en los discursos que legitiman el orden dominante. Mediante ellos, no se busca que los individuos se vuelvan cada vez más obedientes, sino que según parece, se busca un ajuste progresivo y mejorado, más racional y económico, entre las relaciones productivas, las redes de comunicación y el juego de las relaciones de poder, dando cuenta así del peso del poder en el origen y en el uso de los sistemas simbólicos.

Por lo cual estimamos que la creación de un artificio diseñado para conservar su eficacia, y sobre todo para dar cuenta del modo en que los procesos y luchas sociales deben ser conducidos a la constitución y afianzamiento de las distintas formas de dominio, desigualdad y conservación del poder, va en paralelo a la imposición de un modelo social cuya impronta es legitimar en la realidad dichas formas de dominio y favorecer su aceptación aun cuando mucho de sus aspectos sean contradictorios con el interés general.

Es en este punto donde este trabajo propone que la mercancía al parecer tiene ciertas condiciones técnicas o de máquinas que permiten al dispositivo económico establecer y ejercer su conocimiento y su poder en la sociedad de producción capitalista, condición con la cual, a partir de ciertas estrategias y tácticas, produce efectos de dominación. Las cosas devenidas en mercancía como una máquina virtual que ha ejecutado por largos periodos la misma función y conserva en su memoria la configuración necesaria para definir subjetividades nuevas a los sujetos sociales e individuales.

Capítulo 1: Sobre la existencia de la mercancía en Marx, y la realidad de las relaciones sociales

1.1 Todo parte con Marx

La mercancía, cuyo estudio es más difícil de comprender que otras categorías concretas en la economía política, porque generalmente es más fácil estudiar el organismo desarrollado que la simple célula, es una entidad profundamente socializada. Podríamos establecer en principio que las mercancías son objetos de valor económico, en un sistema económico. Estos objetos estarán sujetos a procesos de cambio e intercambio, y guiándonos por G. Simmel, diremos que:

Tal es, cuando menos la imagen que ofrecería una economía plenamente elaborada. En ésta, los objetos circulan según normas y medidas establecidas en cada momento, y con las cuales se enfrenta al individuo, constituyendo una esfera de objetividad (Simmel,2013,66).

Por lo tanto, debemos estudiar aquello que es el resultado del proceso mediante el cual un objeto, cosa o actividad se convierte en un producto o servicio de circulación e intercambio principalmente en las relaciones de mercado. Este proceso podría ser denominado como “comodificación”, recurriendo al término inglés de *commodity*, que establece la precondition que permite asignarle una caracterización, una naturaleza objetivable y calificable, que posteriormente recibirá una valuación y/o valoración, que permitirá su intercambio comercial.¹

Un análisis histórico de la evolución de la mercancía y de su conceptualización nos lleva desde una primera fase fundacional del capitalismo

¹ Es interesante que la primera edición del Capital en alemán utiliza, la palabra *ware* que es mercancía en alemán, "bienes manufacturados, bienes en venta", del **inglés antiguo** *waru* "artículo de mercancía", sin embargo en la primera edición en inglés, llevada a cabo cuatro años después de la muerte de Marx, editada por Engels, y trabajada sobre la base de la versión francesa supervisada y ampliada por el mismo Marx, la palabra *marchandise*, es traducida como *commodity*, en vez de usar la acepción de *ware*, que para el idioma inglés también es mercancía, y la cita Marx, nota 8 “one sort of ware are...” (Marx,1973,5)

europeo-occidental antes del siglo XIX, en donde las mercancías eran percibidas como respuestas naturales a necesidades humanas y sociales, y esa naturalización de la mercancía fue lo que Marx teorizó y criticó.

En una segunda fase de capitalismo industrial, las mercancías fueron incluyendo un mayor espectro de productos para diferentes usos y aplicaciones, tanto para producción como para consumo doméstico; en general se desarrolló un tipo de consumo material de masas, crecientemente urbanas, el cual se expandió de forma general en los países occidentales durante las décadas de crecimiento keynesiano y fordista². En la tercera fase del capitalismo neoliberal desde los años 70 hasta la actualidad la relativa saturación de la producción y del consumo material ha ido dando paso a un consumo cada vez más abstracto y simbólico, y con mayor nivel de especulación sobre su valor.

En relación con esto, Lukács señaló que la mercancía no es sólo un problema particular, sino que representa el problema “estructural de la sociedad capitalista en todas sus manifestaciones vitales” (cf. Lukács, 2013). La estructura de la forma mercancía se ha generalizado, hasta un punto tal que se ha convertido en el problema central de una sociedad de producción capitalista, ya no solo es un problema del ámbito económico, sino que es un problema que permea todas las manifestaciones sociales.

² El fordismo destacó por la producción en serie, el control en los tiempos de producción, división y especialización en la producción de mercancías, reducción de costos y amplia circulación de las mercancías. El modelo fordista entró en crisis por diversos factores como la crisis de acumulación, la desestabilización que supuso la competición internacional en este modelo, que había funcionado dentro de los Estados Unidos y la excesiva rigidez que suponía. Por su parte el keynesianismo justifica la intervención del Estado mediante políticas públicas orientadas a lograr el pleno empleo y la estabilidad de precios, se argumentaba que una demanda general inadecuada podría dar lugar a largos períodos de alto desempleo, este modelo fracasa porque deja de funcionar la máxima keynesiana de escoger entre menos inflación, pero con más desempleo, o al revés, menor desempleo, pero más inflación. El fordismo era un modelo que regulaba la producción, el keynesianismo se basaba en la demanda en un entorno no capitalista apostando a una planificación de las relaciones estructurales, por medio de legislación social, convenios entre colectivos y el Estado Benefactor. Es el modelo de producción keynesiano-fordista, la base de la jerarquización funcional que ha habido en el seno de las ciudades entre los distintos barrios y en otra escala entre el campo y la ciudad, quedando como impronta de la “modernidad”.

Al convertirse en una categoría universal la mercancía, como manifestación de una función humana al presentarse como resultado del trabajo de los sujetos, provoca que el destino del trabajador sea el destino de la sociedad completa, deshumanizando y ocultando las verdaderas relaciones humanas, ya que las relaciones mercantiles, manifestadas a través de las mercancías, ocultan, al igual que estas, las verdaderas cualidades de las cosas.

La diferencia cualitativa entre la mercancía como forma (entre muchas) del intercambio social entre los hombres y la mercancía como forma universal de configuración de la sociedad no se manifiesta sólo en el hecho de que la relación mercantil, cuando es sólo fenómeno aislado, tiene una influencia sumamente negativa en la estructura y la articulación de la sociedad; sino que la diferencia repercute también en la naturaleza y la vigencia de la categoría mercancía misma (Lukács,2013,189).

1.2 El concepto/problema de la mercancía en Marx

Bajo el régimen capitalista, para Marx la riqueza de la sociedad es una: “descomunal acumulación de mercancías” (Marx,2016,9). Este autor, se enfrenta a una realidad, la cual plantea la separación entre economía y política, y trata de buscar una razón que responda por qué esta se presenta como la hace, ya que la realidad es una. Lo que se debe explicar es el porqué de la separación, ósea que es la apariencia, la que se debe aclarar, de no hacerlo, quedaríamos sin base material de unidad para los procesos de cambios sociales. Entonces ¿cuál es o sería la base material aludida?, ¿cuál es la unidad concreta del cambio social?, ¿qué acto realiza al ser genérico humano?

Marx plantea como respuesta a estas preguntas, que la base material de unidad es la organización privada del trabajo, esto es la forma mercancía que asume

el trabajo, descubriendo así el fundamento del Estado capitalista, en pocas palabras, lo que descubre Marx como fundamento social capitalista es la mercancía

Ya desde el primer capítulo de *El Capital* (1867), entiende a la mercancía como la unidad mínima de análisis que contiene en sí la relación social de la forma de producción capitalista, pues explica las relaciones de explotación y dominación, en definitiva, representa una categoría económica, como totalidad presente en la parte, de ahí la importancia de su comprensión. Pero esto supone una complejidad mayor, tanto así que el filósofo francés Louis Althusser, recomendó, no comenzar a estudiar la obra de Marx, por el capítulo I, que trata precisamente de las mercancías:

Las mayores dificultades teóricas y otras que obstaculizan una lectura fácil del libro I de *El capital* se concentran desgraciadamente (o felizmente) en el comienzo mismo del libro I, más precisamente, en su sección I, que trata de “La mercancía y el dinero” [...] Desde mi punto de vista, no es posible comenzar (y solamente comenzar) a comprender la sección I más que después de haber leído y releído todo el libro I a partir de la sección II. [...] es una recomendación que me permito presentar como una recomendación imperativa(Althusser,1992,17).

Marx en su análisis busca desentrañar lo que se presenta como apariencia o forma elemental de la riqueza, aquello concreto representado, eso que denominamos mercancía, a la que describe como cualquier objeto externo al individuo, destinado a satisfacer las necesidades de este, sin importar el carácter de ellas, solo en virtud de sus propiedades, las cuales vienen otorgadas por el origen de ellas, en la diversa naturaleza de los objetos, y/o por convención.

Marx les asigna a las mercancías una doble naturaleza. En sus cualidades sensibles, la de satisfactores de necesidades humanas, ya sea de forma inmediata o como medio de producción, a este aspecto cualitativo de las mercancías, lo llamará valor de uso, el cual es un hecho histórico, condicionado por el cuerpo de las mercancías, ya que depende de las propiedades físicas de estas, no por leyes económicas, sino por las necesidades de un momento específico, y será efectivo,

solo cuando se use o se consuma. Y en su nivel concreto representado, la capacidad que tienen las mercancías de ser intercambiadas, y es a esto lo que Marx denomina valor de cambio (que vendría a ser una relación cuantitativa entre diversos valores de uso), siendo solo la manifestación de una propiedad no física de las mercancías.

Por tanto, el valor de uso de la mercancía es la “corteza natural” de la mercancía, su “cuerpo”; debería ser el objeto de una disciplina especial, la merceología (estudio de la mercancía), y constituye la riqueza material o el “contenido material de la riqueza”. Por su parte, el valor de cambio de la mercancía parece una contradicción (*contradictio in adiecto*, dice Marx) porque en realidad lo que se ve es que la mercancía no tiene uno sino múltiples valores de cambio.

Marx establece que haciendo la abstracción de eliminar todas las propiedades físicas de las mercancías solo quedara la propiedad de ser producto del trabajo humano, llegando con ello a las características del valor de ellas. Marx trato de discernir el valor de una mercancía, a medio camino entre su uso y el trabajo o esfuerzo humano para producirlo. Desde su positivismo pone al trabajo humano como engranaje fundamental de la vida, enfatizando la importancia y energía que el ser, usan para producir un producto. Contribución relevante en su época y una reivindicación moral de la dignidad del trabajo humano en sociedad.

Para Marx el valor de uso es solo una propiedad relacional de los objetos, y es el portador material del valor de cambio, por lo cual, adquiere la categoría de ser transitoria, con esto establece, que es el valor la cualidad de las mercancías, por ser producto del trabajo humano, el cual se manifestará en el valor de cambio, y es a este último que Marx lo describe como un tipo de poder espiritual que se adhiere a la mercancía.

De lo anterior se desprende que la mercancía crea un valor de uso social (valor para otros), ya que ningún objeto puede tener valor, si no es para el uso (es decir si no es valor de uso), podrán existir objetos que son valores de uso y no tienen valor, pero nunca habrá objetos que tengan valor, y no sean valores de uso. Y es debido a esta dualidad, esto es que son objetos de uso y portadores de valor, lo que

les asigna la doble objetividad, primeramente, de ser sensorialmente grosero valor de uso y por otro puramente social donde se expresa el trabajo humano. Esta doble naturaleza de la mercancía ya había sido establecida por Aristóteles, según lo muestra Marx en su Contribución a la Crítica de la Economía Política

Aristóteles, *De república*, libro I, cap.9(edit. I. Bekkeri, Oxonii,1937).
“Pues el uso de todo bien es de dos clases [...] Uno le es propio a la cosa en cuanto tal, mientras que el otro no, como el caso de una sandalia, que sirve como calzado y como objeto susceptible de cambio. Ambos son valores de uso de la sandalia, pues aún quien cambie la sandalia por algo de lo cual carezca, por ejemplo por alimentos, estará utilizando la sandalia como tal. Pero no en su modo de empleo natural. Pues la misma no existe con fines de intercambio. El mismo caso se da con los demás bienes (Marx,2016,9).

Engel en su famosa nota a la 4ta. edición, aclara que la mercancía no solo debe ser valor de uso para otros, sino que además debe transferirse mediante intercambio, esto para aclarar que hay mercancías que son valores de usos para otros, los cuales las reciben o se hacen de ellas sin mediar intercambio comercial (por ejemplo, el diezmo)

Nota a la cuarta edición: He añadido lo que aparece entre paréntesis para evitar el error, bastante frecuente, de los que creen que Marx considera mercancía, sin más, todo producto consumido por otro que no sea el propio productor. - F.E. (Marx,1973,8).

La mercancía existe solamente si está ligada a un proceso de intercambio económico, es ahí, donde puede expresarse en tiempo de trabajo abstracto y socialmente necesario para producirla. Si no entra en un proceso de intercambio, un artículo contiene solo valor potencial pero no expresado de forma real, en forma cambiaria, es solo consumo productivo de energías y materias primas, es decir es solo consumidor de medios de producción.

Para ser intercambiables, las mercancías deben ser cualitativamente diferentes y deben satisfacer necesidades diferentes, debido a esto, se requiere una

división social del trabajo ya que las mercancías son producto de trabajos privados autónomos recíprocamente independientes enfrentados entre sí, y es el valor una objetividad puramente social no expresado en características físicas del objeto, sino mediante las relaciones sociales entre mercancías. Una misma mercancía se trueca en valor de uso y en valor de cambio en función de la utilidad que revista para el comprador, o en base a su encuentro con otra mercancía que le sirva de espejo en la circulación económica de mercancías.

En apariencia el intercambio es una relación entre cualidades inherentes de los objetos, sin embargo, es y debe entenderse como una relación entre actividades humanas, ya que las mercancías en tanto tal tienen dos momentos, el de la producción, y el del intercambio, y es en este último donde se manifiesta el carácter social de ellas, pero es aquí también donde se desvanece la utilidad de los trabajos. Los actores del intercambio no tienen consciencia de que el valor de cambio no es más que un representante de las unidades de trabajo humano que hay en el objeto intercambiado. Es aquí cuando el trabajo útil o vivo (actualidad creadora), deja de ser determinante, ya que la mercancía materializa el trabajo abstracto (cantidad de trabajo contenido en el objeto y que el mercado ha sancionado como trabajo social), y el objetivo del productor ya no es el valor de uso, sino la obtención de un equivalente general abstracto. El modo de producción capitalista, no se centra en lo que se produce, como objeto útil destinado a satisfacer necesidades, sino más bien en la producción de la unidad mínima elemental sintética llamada mercancía. Para el capitalismo la mercancía carece de valor de uso inmediato, más bien representa al valor de cambio, para el poseedor de mercancías, Marx plantea:

Para él, su mercancía no tiene un valor de uso inmediato. De otro modo, no acudiría con ella al mercado. Tiene únicamente un valor de uso para otros. Para él, no tiene más valor directo de uso que el de ser encarnación de valor de cambio, y por lo tanto medio de cambio. [...]. Todas las mercancías son para sus poseedores no-valores de uso y valores de uso para los no poseedores (Marx,1973,49).

La prioridad, que en el sistema de producción capitalista tiene el valor de cambio por sobre el valor de uso, es establecida por la necesidad que tiene el sistema de acumular capital, es decir de la obtención de beneficios a través del intercambio de mercancías en el mercado, convirtiendo al valor de cambio en el criterio principal para determinar el valor de una mercancía y la importancia de esta en la sociedad. Al contrario, el valor de uso es pasa a un segundo plano, aun cuando las mercancías tienen valor de uso, su importancia radicaré en su capacidad para generar beneficios a través de su valor de cambio. Dicho de otra manera, en el sistema de producción capitalista, las mercancías se producen y distribuyen principalmente con el objeto de obtener ganancias, y no necesariamente para satisfacción de necesidades y deseos de los sujetos. En un sistema basado en las mercancías la utilidad de ella no cuenta, sino que lo que impera es su capacidad de venderse y de transformarse, mediante un objeto de cambio (el dinero), en otra mercancía³. Esta contradicción entre el valor de uso y el valor de cambio también se manifiesta en la sobreproducción de mercancías y en constantes crisis económicas. En el sistema capitalista, la sola obtención de beneficios en la producción de mercancías y no necesariamente la satisfacción de las necesidades humanas lleva a situaciones en las que se producen más mercancías de las que se pueden consumir, lo que a su vez genera una crisis económica. Por lo cual, se busca un valor de uso mediante la transformación de dicha mercancía en un valor de cambio, es decir en dinero.

Marx, al respecto establece que:

³ Al respecto el profesor O. Fernández sostuvo que: "Este recorrido por las distintas formas de la circulación expone la metamorfosis de la mercancía. Aunque se trata de un movimiento formal, su exposición refleja la ilusión de esta esfera, que se limita a trazar la morfología de este ir y venir de las mercancías. Esta nos señala la existencia de dos polos antitéticos, en donde el movimiento que va de la mercancía al dinero consiste en una venta, mientras que aquel que vuelve del dinero a la mercancía es una compra. La circulación puede ser definida ahora como la suma de compras y ventas.]...[El movimiento se divide en dos actos, que en realidad no tienen ninguna relación entre sí, y cuyo vínculo no puede ser otro que un producto del azar. Por consiguiente, los actos de compra y venta suponen una separación en el tiempo que en sí misma constituye una contradicción, porque en el movimiento perpetuo de estas entradas y salidas, es el dinero lo que parece moverse, que se muestra como igual en cada acto, colocándose así en el centro del proceso. Una vez instalado allí, su propio ejercicio servirá de eje al proceso total, creando la ilusión de que él mismo quién pone en movimiento las mercancías. El valet se transforma en amo del proceso (Fernández, 1982,88)".

Por consiguiente, el proceso de circulación no se reduce, como el intercambio directo de productos, al desplazamiento material o cambio de mano de los valores de uso. El dinero no desaparece al quedar eliminado de la serie de metamorfosis de una mercancía, sino que pasa a ocupar el puesto circulatorio que las mercancías dejan vacante. [...] Al sustituirse una mercancía por otra, queda siempre adherida a una tercera mano la mercancía dinero. La circulación exuda constantemente dinero (Marx, 1973,72).

Con las distintas funciones que el dinero pasa a desempeñar en la sociedad, Marx vislumbrara la agilización, que esta mercancía llamada dinero, dará a aquello que él denominara “metabolismo social”⁴, donde la sociedad es concebida a la manera de un organismo vinculado mediante transformaciones en sus diversos niveles, los cuales se remiten entre sí. Marx concibe dentro de este organismo, a la esfera productiva como prioritaria en su análisis, en concordancia con su teoría en la cual el trabajo humano transforma la materia. Por lo tanto, los artículos producidos pasan a ser mercancías en el acto de cambio donde el valor que se les ha incorporado en su producción se realiza y se expresa, por medio de un equivalente de otra mercancía cualquiera, o por una expresión del valor de dinero, que es una mercancía más. La sustitución de una mercancía por otra necesita siempre un tercer

⁴ Para Marx, la idea de metabolismo dice relación con interrelaciones orgánicas entre el ser humano y la naturaleza en un momento histórico, como lo es el inicio de la producción capitalista de mercancías, la utiliza a manera de metáfora biológica para mostrar la circulación de mercancías, pero también para ilustrar intercambios entre hombre y tierra, o entre sociedad y naturaleza. Guido Galafassi manifiesta que: “El uso de esta categoría deviene en parte ante el objetivo de intentar superar la dicotomía que una buena parte de las Ciencias Sociales establecen entre la naturaleza y la cultura/historia –superación altamente necesaria–. Es así que se viene planteando, retomándola de Marx, la noción de metabolismo, entendiendo lo social como un momento de la historia natural. Marx hacía mención al trabajo como proceso que tiene lugar entre el hombre y la naturaleza, destacando cuanto de natural tiene el hombre, afirmando así su pertenencia a la naturaleza, pero, al mismo tiempo, al darle una preponderancia fundamental a la historia, distanciándolo de la naturaleza sin más y dotándolo de atributos particulares. Pero Marx (1998) también, imbuido por el fuerte clima de época de auge pleno de la biología y, más precisamente, de las teorías de la evolución que ligaban claramente al hombre como un eslabón en la escala evolutiva, hace referencia en algunos pocos pasajes, a esta relación hombre-naturaleza en tanto relación metabólica, sin explayarse sobre lo que esto implica, sino simplemente como diferencia respecto a las posiciones dicotómicas filosóficas y sociales de tinte liberal con las cuales discutía. La noción de metabolismo social en el marxismo. Una categoría sin dialéctica Por Guido Galafassi

componente, que es el dinero, el cual se convierte en la mercancía general que pasa del comprador al vendedor, cuando la mercancía particular es entregada por el vendedor al comprador. Idealmente la mercancía particular ha transmutado, convirtiéndose en la mercancía general, a manera de reacción ante el traspaso comercial. Tal mutación, y movimiento de cambio de manos, precisa, de un medio social no rígido para la circulación, esto es el dinero. Se crea así una cadena de mediaciones, desde que un objeto es dotado de valor por la acción humana, hasta que, en una economía basada en el dinero, dicho objeto es parte de la circulación económica.

Surge una segunda esfera de vinculación, la circulación, la cual, en relación con la mercancía, junto con la producción, se necesitan a nivel ontológico, y que se enfrentan en el acto de compraventa. Esta dualidad se complejiza cuando surge el consumo. La mercancía como objeto de cambio y circulación económica, se desplaza al consumidor, ya que este ve en ella un valor de uso o consumo, que se satisface en el valor de cambio, y es la flexibilidad del dinero la que simplifica el movimiento y desplazamiento de todas las mercancías. Marx establece que:

Gracias a esto, la continuidad del movimiento está enteramente del lado del dinero, y el mismo movimiento que para la mercancía abarca dos procesos contrapuestos, representa siempre, como movimiento propio del dinero, el mismo proceso: un cambio de puesto con otra mercancía siempre renovada (Marx, 1973,75).

Deja de haber circulación cuando las mercancías quedan prisioneras definitivamente en su condición de valor de uso, a esto llamamos consumo. Sin embargo, la producción renueva sin parar estas mercancías perdidas en el consumo, solo la mercancía general o ideal, esto es, el dinero, se mantiene en permanente circulación. Al respecto Marx dice:

Al dar el primer paso en la órbita de la circulación, al sufrir el primer cambio de forma, la mercancía sale siempre de la circulación, en la

que entran constantemente mercancías nuevas: en cambio, el dinero, como medio de circulación que es, mora constantemente en la órbita de la circulación y se mueve sin cesar en ella (Marx,1973,76).

El dinero es el motor y alma del sistema de producción capitalista, y la circulación de mercancías la ruta por donde circula la riqueza mutada de las mercancías, sin mostrar diferencias ya que todo es dinero.

Todo se puede comprar y vender. La circulación es como una gran retorta social a la que se lanza todo, para salir de ella cristalizado en dinero. [...]. Como en el dinero desaparecen todas las diferencias cualitativas de las mercancías, este radical nivelador borra, a su vez, todas las diferencias (Marx, 1973, 89-90)

Esta retorta se hace mundial a contar del siglo XVI, pasa a ser el modo de producción imperante en el mundo, y en la medida que más crece se hace más ajena al ser humano, ya que el individuo se pierde en el deseo y posesión de la mercancía ideal. Ante esto Marx expuso:

El hombre, en cuanto hombre, se hace más pobre, necesita más del dinero para adueñarse del enemigo, y el poder de su dinero disminuye en relación inversa a la masa de producción, es decir su menesterosidad crece cuando el poder del dinero aumenta. La necesidad del dinero es así la verdadera necesidad producida por la Economía Política y la única necesidad que ella produce. La cantidad de dinero es cada vez más su única propiedad importante (Marx, 2017,68).

Es así como la entidad mercancía, deja de ser un mero objeto económico, transformándose en un tipo de relación social representada en y por el dinero.

1.3 Fetichismo de la mercancía, fantasmagoría y alienación

Uno de los análisis teóricos más importante aportados por el pensamiento de Marx fue la noción de mercancía como fetiche, en donde esta realidad adquiere un significado diferente al de su producción en el ámbito económico, ya que con su análisis surge una propiedad esencial de tipo social que se adiciona y superpone a la naturaleza física y funcional propia de un elemento meramente económico.

La Real Academia define el fetiche como un “ídolo u objeto de culto al que se atribuye poderes sobrenaturales para sus adoradores (cf. Real Academia Española, 1992). Algo de esta definición está presente en la lectura que hace Marx del carácter fetiche de la mercancía, pero en sus escritos el fetiche ya no fundamenta una religión, sino más bien, que es la base conceptual de una estrategia para leer la religión secular del capital, esto es leer a la economía. De modo significativo, Marx utiliza el termino *fetichismu* en sus análisis de la religión, en cambio al referirse a las mercancías en sus cualidades análogas, utiliza *fetischcharakter*. Con esta elección de palabras, Marx distingue entre fetichismo propiamente tal y una economía en la cual las mercancías poseen características de fetiche, con ello establece el argumento de que la economía surge en el lugar que ocupaba la religión en épocas anteriores, como la institución de la que emana el derecho en forma natural.

Marx plantea que en sociedades donde no opera la producción capitalista, el fetichismo dota a los productos de cualidades del medio social en donde son producidos, con relación a esto M. Taussing, plantea que la cultura de producción capitalista ha naturalizado la mercancía y su forma de hacer, como algo propio del ser humano y no como un producto histórico y social, al respecto dice:

En la cultura capitalista, esta ceguera frente a la base social de las categorías esenciales hace que la lectura social de cosas supuestamente naturales resulte altamente sorprendente. Esto se debe al carácter peculiar de las abstracciones relacionadas con la organización de mercado de los asuntos humanos: las cualidades esenciales de los seres humanos y sus productos pasan a convertirse

en mercancías, en cosas que se compran y se venden en el mercado (Taussig,2021,30).

Esta visión mercantilista, y la creencia de una supuesta falta de mentalidad científica, como la ignorancia en el uso de la tecnología, compondrían el principal argumento para descalificar la relación que tienen, con los objetos, ciertos grupos sociales, a partir del simbolismo. Ante esto, y para poner en evidencia a una sociedad moderna que se rige cada vez más por la razón y no por la religión, Marx critica el hecho de continuar adorando, como un encantamiento, aquello fabricado por los hombres, sin importar su trascendencia.

A primera vista, parece como si las mercancías fuesen objetos evidentes y triviales. Pero, analizándolas, vemos, que son objetos muy intrincados, llenos de sutilezas metafísicas y de resabios teológicos. Considerada como valor de uso, la mercancía no encierra nada de misterioso [...]. Es evidente que la actividad del hombre hace cambiar a las materias naturales de forma ... (Marx,1973,36)

Marx definió que la mercancía en tanto valor de uso es algo esencialmente social, ya que posee una cualidad que los productos del trabajo no poseen por separado, sino que adquieren en cuanto se relacionan entre sí como mercancías, trastocando el valor de uso de dicha mercancía en un valor material inmediato, con lo cual su cuerpo condicionado por sus propiedades sensibles adquiere cualidades suprasensibles, en tanto que el valor objetivo de la mercancía es al mismo tiempo relacional y material (objeto).

Es a través de este proceso de alteración de su naturaleza, valor y significado que el sistema capitalista le entrega el carácter de fetiche a las mercancías que produce, este cambio en el ser social del producto, altera a su vez el proceso de producción, ya que, convertido en fetiche, el producto deviene en una nueva función en el intercambio y consumo. Es cuando empieza a comportarse como mercancía que el producto se convierte “en un objeto físicamente metafísico” (cf. Marx,1973). Marx establece que el objeto devenido en mercancía no tiene nada que ver con la naturaleza física del objeto producido, y de sus relaciones productivas, sino que

adopta una relación fantasmagórica entre cosas, que no es más que la forma en que se oculta, una relación social determinada entre los productores. Es acá donde Marx busca una analogía pertinente en el turbio mundo religioso, ya que es en dicho mundo, donde la mente humana crea productos dotados de vida propia, autónomos en sus interrelaciones y en la forma como se relacionan con los seres humanos.

Lo mismo ocurriría con los productos humanos en el mundo de las mercancías, y es a esto a lo que Marx llama fetichismo, el que se adhiere a los productos del trabajo humano, toda vez que se producen como mercancías, producción indisociablemente unida al tipo de producción capitalista. El trabajo humano es obligado a adoptar un cuerpo valórico, para convertirse en mercancía y poder así adquirir una expresión final en la cosa, con lo cual el valor como propiedad social transmuta en una propiedad natural del objeto producido, perdiéndose el carácter social del trabajo humano, haciendo ver a las mercancías como contenedora de un valor consustancial e independiente de las relaciones sociales. Es así como la mercancía se transforma en un objeto cosificado, y lo que era una relación entre personas, mediante y por el trabajo, es transformada en una relación de cosas, depauperando las relaciones sociales en favor de una relación mercantilizada. Es en el fenómeno comercial de las sociedades de producción capitalista, donde, impera “una adecuación mínima entre las dimensiones culturales y sociales” (cf. Appadurai,2013).

El valor está contenido en las mercancías que se intercambian. Centrándose en las cosas que se intercambian, y no simplemente en las formas o funciones del intercambio, es posible argüir que lo que crea la conexión entre intercambio y valor es la política, entendida en sentido amplio (Appadurai ,1991,17).

Es en este tipo de economía, en donde la naturalización de la cosificación de los productos o mercancías desconectados de las relaciones sociales de producción que los han generado, donde el proceso de fetichización planteado por Marx aumenta y se intensifica, basándose en una serie de valores y lógicas adicionales, tanto simbólicas, económicas, morales o estéticas, que entran en el juego de la

valorización y valuación de las mercancías, para cimentar las relaciones entre las personas en los mercados objetivados. Por lo tanto, las cosas útiles no son producidas por su utilidad, por aquello que naturalmente satisfacen, sino que, para ser intercambiadas, vale decir donde su valor de uso solo es un vehículo valorativo adherido indefectiblemente al producto o mercancía. Tenemos finalmente un objeto que se valoriza a y por sí mismo, y desde el mismo.

De lo anterior se deduce que nos encontramos frente a un trastorno sumamente atractivo, el cual como un espectro⁵ habita las mercancías, pero no es ella, ni como objeto ni como alguna de sus características, tampoco puede ser expulsado de ellas, y solo se presenta al momento del intercambio, expresando la sustitución, abstracción y cosificación de las relaciones humanas realizadas a través del trabajo, se muestra al hombre en tanto que no se le muestra, dando una sensación de absoluta normalidad y naturalidad al hecho de que las mercancías tengan un cierto valor y que puedan intercambiarse. Marx sostiene que esta objetivación del valor, excesivamente peculiar que tiene la mercancía, la transforma espectralmente en una relación social, es así como, en la forma de la mercancía se encuentra la forma de la sociedad. De esta forma surge un ente espectral contradictorio, autónomo y movido por lo social, que no muestra a las personas, o

⁵ Jacques Derrida extiende y amplía la conferencia pronunciada en el marco de un coloquio internacional realizado en la Universidad de California cuya pregunta convocante fue "*Whither marxism?*", en un texto denominado "Espectros de Marx" dando origen a aquello que el autor denominará *espectrología*. En ella propone una manera de pensar la presencia del marxismo en nuestros días a partir de una figura peculiar, la del espectro. Esta figura es sumamente plástica a la hora de ser empleada ya que posee una temporalidad que se abre tan solo presentarse, desafiando toda lógica de la reunión o unión. "Mantener unido lo que no se mantiene unido, y la disparidad misma, la misma disparidad –volveremos constantemente a ello como a la espectralidad del espectro- es algo que sólo puede ser pensado en un tiempo de presente dislocado, en la juntura de un tiempo radicalmente dis-yunto, sin conjunción asegurada. No un tiempo de junturas negadas, quebradas, maltratadas, en disfunción, desajustadas, según un *dys* de oposición negativa y de disyunción dialéctica, sino un tiempo sin juntura *asegurada* ni conjunción *determinable*. Lo que aquí se dice del tiempo vale también, por consiguiente o por lo mismo, para la historia, incluso aunque ésta pueda consistir en reparar, en los efectos de coyuntura, y el mundo es eso, la disyunción temporal: "*The time is out of joint*", el tiempo está *desarticulado*, descoyuntado, desencajado, dislocado, el tiempo está trastocado, acosado y trastornado, *desquiciado*, a la vez que desarreglado y loco (Derrida, 2012,31)".

como estas producen y pierden el control sobre lo que producen, o como ellas se relacionan o participan entre sí.

En el mercado las mercancías marcan distancia de sus productores y de las condiciones de su producción, con lo cual el productor es un ente anónimo, separado del comprador por numerosos intercambios, y es aquí donde el valor gana autonomía y pasa a ser visto como intrínseco al producto, este se visualiza a través del valor, el cual, se podría pensar en un principio, que tiene un peso relativo debilitado, ya en las mercancías el aspecto abstracto del valor de cambio se impone al aspecto concreto del valor de uso, pero lo que sucede es algo complejo, ya que este valor abstracto se presenta como algo inherente a la mercancía, trascendiendo su cuerpo arrojándola con un halo fantasmal, desligadas del aspecto del trabajo humano, dando así carta blanca a la fantasía (fantasmagoría). El valor impulsa la fantasía al agregar una dimensión de espectacularidad, la cual distancia aún más a la mercancía de sus propiedades objetivas, por lo cual mientras más indefinidos sean los elementos del sistema de producción capitalista mayor será la espectacularización del mundo de las mercancías, donde estas prácticamente adquieren un poder mágico. La energía social es proyectada sobre los objetos a través de intervenciones publicitarias optimizadas por difusores mediáticos con un alcance cada vez mayor. Lo espectacular es priorizado por nuestra atención en detrimento de las condiciones de producción, las cuales se ven opacadas por un elemento imaginario, el fetiche. Este punto será abordado con mayor detenimiento en el capítulo 2 de esta investigación.

Para mostrar el fetichismo de las mercancías, donde las relaciones sociales son confundidas y tomadas como relaciones entre cosas perdiendo de vista el trabajo vivo, el tiempo de producción, se recurre al dinero como un equivalente general de valor, el cual se convierte en un poder de adoración para el ser humano, al que se venera y rinde pleitesía, convirtiéndolo en el gran fetiche, que a su vez representa la enajenación general de la humanidad. La idea de un hombre que capta el mundo usando sus facultades propias no será comprendido sin tener claro el concepto de negación de la productividad, esto es de la enajenación, este tema

fue un continuo en el pensamiento de Marx, lo señalado anteriormente puede ser comprendido en palabras de E. Fromm:

Para Marx, la historia de la humanidad es una historia del desarrollo creciente del hombre y, al mismo tiempo, de su creciente enajenación. Su concepto del socialismo es la emancipación de la enajenación, la vuelta del hombre a sí mismo, su autorrealización (Fromm, 2014,55)

Sin embargo, la enajenación en la etapa madura de Marx es una teoría científica, que destaca los mecanismos objetivos mediante los cuales el trabajo del hombre es convertido en riqueza que le es ajena y que pasa a explotarlo. La enajenación es el primer paso para comprender la teoría del valor de Marx, esta se hace patente en la acumulación, ya no solo del capital, sino que también de la masa del producto del trabajo esto es, del objeto producido como de la mano de obra utilizada para producirlo, generando lo que el autor denomina el plusvalor. Es el plusvalor quien, una vez acumulado y vuelto a poner en funcionamiento, provoca que el producto del trabajo humano se vaya convirtiendo en acumulación de capital bajo condiciones de explotación y dominación. La acumulación de capital es la manifestación objetiva de la enajenación en un sistema de producción capitalista, en donde el producto del hombre se transforma en un poder extraño que termina por dominarlo y es el dinero el portador de este poder, y la propiedad privada el lugar donde se realiza la enajenación.

Para Marx la explotación por parte de la acumulación del capital también provoca la enajenación del trabajador frente a su labor, ya que este último encontrara, solo en sus actos instintivos su realización, lo que a su vez enajena a la sociedad en su conjunto por cuanto se genera riqueza para el capitalista y miseria para el trabajador⁶. El apoderase del tiempo libre y la comodidad generada por el

⁶ El filósofo O. Fernández al respecto sostiene que: "El contenido de la propiedad se define de manera completa y exclusiva por el mercado]...[La propiedad que durante la primera fase se establece como resultado del trabajo personal sirve ahora para apropiarse del trabajo de otro, del trabajo ajeno, transformando el intercambio de mercancías en un proceso de apropiación]...[Por consiguiente, todo el proceso culmina fijando la idea de la propiedad en el momento de la circulación, lo que hace de esta esfera la causa de su determinación. La reproducción cotidiana de estos movimientos simples tiende a transformar las condiciones que han hecho posible la existencia de las mercancías, entendiendo por tal las relaciones de producción, en formas decantadas, libres de toda complejidad, accesibles y naturales para la conciencia ordinaria (Fernández, 1982, 90-91)"

trabajo, es como la enajenación pasa a ser un elemento constitutivo de la explotación del sistema de producción capitalista, puesto que el producto del trabajo se le presenta al ser humano como un otro distinto a su actividad, como algo negativo y contrario a su condición y esencia humana. Condición dada por la capacidad del hombre, de hacer cosas, de manipular la naturaleza, crear cultura, todo lo cual, a su vez formara parte de él. Cuando esta condición se transforma en una mera obligación, perdiéndose el sentido de expresión creadora, se transforma en trabajo enajenado y opresor, separado del trabajador, incapaz de brindar el goce tanto físico como espiritual a su productor, situación que se acrecienta y perfecciona con la división del trabajo y la acumulación de capital. Al no poder adquirir los productos de su trabajo, por la diversificación de este como por una producción creciente de mercancías, el hombre se enajena cada vez más, se vende a sí mismo en su trabajo y no puede hacerse para sí de lo que le es propio ya que existe la propiedad privada sobre los medios de producción, su trabajo se transforma en un objeto independiente de él.

Y sobre lo anterior se establece otro fenómeno económico que profundiza la alienación que sufre el trabajador al no poder apoderarse del producto de su labor, este es el dinero. El trabajador al ser cada vez más pobre como ser productivo, tiene una creciente necesidad de dinero para volver a posesionarse de su labor, sin embargo, el poder de su dinero es cada vez menor debido al constante crecimiento de la cantidad de la producción, ante lo cual su necesidad por dinero crece en forma constante, convirtiéndose en el objeto omnipotente externo al hombre que agudiza su alienación, pasando a ser su necesidad objetiva, convirtiendo al dinero en la mercancía por excelencia.

Lo que mediante el dinero es para mí, lo que puedo pagar, es decir, lo que el dinero puede comprar, ese soy yo, el poseedor del dinero mismo. Mi fuerza es tan grande como lo sea la fuerza del dinero. [...]. El dinero es el bien supremo, luego es bueno su poseedor; [...]. Es la verdadera moneda divisoria, así como el verdadero medio de unión, la fuerza galvanoquímica de la sociedad. (Marx, 2017,78).

Hemos pasado, de la mercancía como producto del trabajo humano, a una mercancía ideal, el dinero⁷, que se relaciona solo consigo mismo ya que en él no existe transformación productiva, solo hay intercambio de dinero por dinero, un tipo de relación que se convertirá en la base de las relaciones jurídicas y/o económicas, “por eso sus repercusiones exceden el marco de la reproducción objetiva y se proyectan al resto de las dimensiones que tiene el fenómeno ideológico en la sociedad capitalista(cf. Fernández, 1982).

1.4 La mercancía como una dimensión sustancial en el plano de la hegemonía cultural

De acuerdo con lo planteado por Mark Fisher el realismo con que opera la economía capitalista es un todo que envuelve cualquier acto o acción humana, lo que le impide actuar en términos independientes de ciertos parámetros impuestos.

A mi entender, el realismo capitalista]... [Es algo más parecido a una atmósfera general que condiciona no solo la producción de cultura, sino también la regulación del trabajo y la educación, y que actúa como una barrera invisible que impide el pensamiento y la acción genuinos (Fisher, 2016,41).

Es por ello, que debemos razonar en la importancia del comportamiento de ciertos componentes sociales dentro de esta atmosfera que todo envuelve. En este punto trataremos de unir un elemento constitutivo de la economía, como lo es la mercancía, actor fundamental en el pensamiento económico de Marx, al ser parte

⁷ Al respecto O. Fernández sostiene que: “El fetichismo del capital culmina en la idea del capital fetiche. Fuerza de esta cosa particular que aparece creando valor de sí misma. Habría que preguntarse si ha habido alguna vez fetichismo de la mercancía, porque lo que siempre ha sido fragante en toda sociedad de tipo capitalista, es el poder del dinero. No hay un reformista que no haya gritado al cielo los estragos que provoca esta entidad fascinante. Sí la mercancía nos habla de la fuerza lógica de la forma económica, el dinero constituye en cambio la cara visible del espejismo ideológico (Fernández, 1982, 66)”.

de la estructura socioeconómica, con el comportamiento social de ella como parte de la llamada superestructura en la teoría marxista. Para ello recurriremos a Antonio Gramsci, el cual elaboró la categoría de hegemonía para analizar y proponer la acción política.

Gramsci se aleja de la concepción de que la economía determina la realidad social, mantenida por el marxismo tradicional y entrega un papel preponderante a la ideología política y cultural, con énfasis en la subjetividad, con el fin de articular y operativizar alianzas que propendan a la construcción de una cultura que deleve las situaciones de marginalidad y explotación, creando una nueva conciencia social. Sin embargo, este pensador no abandona del todo la idea de la economía, destacando el problema del “mercado determinado”⁸, concepto que utiliza para establecer la relación del mercado con una formación específica integrada por la economía, la política y la ideología:

Concepto y hecho de “mercado determinado”, o sea, evidenciar que determinadas fuerzas han aparecido históricamente, cuya actuación se presenta con un cierto “automatismo” que permite cierta medida de “previsibilidad” y certeza para las iniciativas individuales. “Mercado determinado”, por lo tanto, equivale a decir “determinada relación de fuerzas sociales en una determinada estructura del aparato de producción” garantizada por una determinada superestructura jurídica (Gramsci, 2023,291).

⁸ Giuliano Guzzone investigador y autor de numerosos trabajos sobre Gramsci, marxismo, economía y filosofía en una entrevista acerca de su libro *“Gramsci e la critica dell’economia politica. Dal dibattito sul liberismo al paradigma della “traducibilità”* (Roma, Viella, 2018), una obra fundamental para conocer en profundidad el abordaje de la economía por Gramsci en relación con su pensamiento filosófico y político no manifiesta: “Creo poder decir, en extrema síntesis, que mientras la “traducibilidad de los lenguajes” es lo que permite la elaboración de un concepto de “economía” coherente con la filosofía de la praxis, el “mercado determinado” constituye el resultado de esta elaboración; es decir que señala el replanteamiento de la “estructura” como un conjunto de organizaciones, aparatos y sistemas *hegemónicos*, como complejo de regularidad y automatismos *prácticos*, como efecto *relativamente* permanente de una producción ideológica eficaz. Gramsci toma prestada la expresión de Pasquale Jannaccone, economista napolitano de formación “turinesa”, que la había utilizado en su escrito *Ciencia, realidad y crítica económica* (“Reforma Social”, 1930), en medio de una polémica con el teórico del corporativismo Ugo Spirito (tomado de: <https://www.laizquierdadiario.com/Gramsci-hegemonia-y-economia>)”.

Con esto pretende dejar atrás la idea de que la superestructura es un accesorio que acompaña a la estructura, y otorgándole a la hegemonía cultural un lugar preponderante en la dominación del sistema capitalista, el significado de dicho concepto abarcara una suma de visiones e ideas que amalgamadas den origen a una nueva concepción ideológica que enfrente todas las formas de opresión.

El termino hegemonía deriva del verbo *eghemonero*, que significa guiar, conducir, preceder. Por *eghemonía* la Grecia clásica entendía la dirección suprema del ejército. Al tenor de esta explicación podemos vislumbrar la preocupación de Gramsci por la teoría y práctica política, en la construcción de un nuevo orden en donde el gran logro fuese la hegemonía del trabajador, estableciendo una relación indisoluble entre teoría y acción junto a la elaboración de un puente de unión entre una y otra. A lo anterior y en lo que a nuestro estudio compete, debemos decir que Gramsci, también fue un muy buen analista del poder imperante y como este, construye una hegemonía, reproduciendo un patrón de dominación a través de la cultura, usando herramientas como la educación y los medios de comunicación para mantenerse en el poder.

Nos encontramos por lo tanto ante lo que es y lo que debiera ser la categoría de hegemonía según Gramsci: por un lado, la clase dominante ejerciendo el poder mediante consensos, impone a la sociedad un tipo de Estado que representaría al conjunto del pueblo y que asegura su poder, ya que toma a su cargo algunos de los intereses de los grupos dominados no solo por la coacción, sino mediante la imposición de su visión del mundo a través de la educación, los medios de comunicación, las formas de producción, etc., todo lo cual favorece el reconocimiento de su dominación por parte de las clases dominadas. Y por otra parte la construcción que deben hacer las clases subalternas articulando amplias alianzas y creando una realidad de consensos que le permitan tener una hegemonía y así incluir y superar la lucha económica contra el capital y sus enclaves de poder.

En su análisis el sardo, establece que el Estado y su orgánica jurídica, es un entramado propio de cierto colectivo social, que crea condiciones favorables para maximizar la expansión económica de este grupo, y dichas condiciones son

concebidas y presentadas como el gran poder motriz de desarrollo y expansión universal, al coordinarlas con los intereses generales de los grupos subordinados, presentando así una estructura de superación continua de inestabilidades entre los intereses del grupo dominante y los grupos subordinados, estos equilibrios se mantendrán hasta que choquen con el interés del capital.

La libertad económica demostró inmediatamente ser doctrina de clase, los instrumentos de producción, realmente circulando, siguen siendo propiedad de una minoría social; el capitalismo fue incluso para ellos un privilegio de pocos, concentrando la riqueza para sustraerse de esa manera a la competencia con el monopolio (Gramsci, 2015,217).

Gramsci plantea llevar la lucha de los trabajadores a la creación de un sistema donde impere su propia hegemonía, “lógicamente el principio de la organización es superior al de la pura y simple libertad” (cf. Gramsci,2015), creando así un único programa de lucha que genere una conciencia transversal en las clases subalternas.

Las asociaciones proletarias educan a los individuos para encontrar en la solidaridad el mayor desarrollo del propio yo, de las propias aptitudes para la producción (Gramsci,2015, 218).

Como la clase dominante fortalece y consolida su predominio económico a través de la cultura social, la que se va construyendo mediante las diversas instituciones y organizaciones educativas, religiosas, políticas y de comunicación, surge la necesidad de universalizar el ámbito de acción de las clases subordinadas, actuando en el mundo político, económico, moral y cultural. Esto con el fin de apoderarse y construir un carácter con personalidad propia, desde una profunda reflexión compartida basada en una profunda lucha ideológica por lograr la hegemonía que implique una amplia reforma intelectual y moral de la sociedad. Las clases subalternas solo serán hegemónicas si están dotadas de capacidad para convertir sus principios y su concepción del mundo en valores universales.

Como observamos el concepto de hegemonía es una construcción compleja que debe responder a las múltiples demandas de los diversos grupos sociales, imbuidos de un aspecto intelectual ideológico⁹, con el fin de imponer su legado de poder. La manipulación y homogenización social busca que el control se automatice y la dominación se convierta en un elemento consustancial de la sociedad, creando y preservando una opinión favorable hacia el sistema dominante, consolidándolo e impidiendo lo alternativo. De lo anterior podemos desprender que la hegemonía es la capacidad de unificar y mantener unido a un grupo social no homogéneo, a través de una ideología, impidiendo que las contradicciones produzcan una crisis en ella y como consecuencia su posterior rechazo, por lo tanto, la hegemonía es un hecho social temporal e histórico, y no una cadena de valores sociales. Como lo destaca M. Fisher:

Ninguna posición ideológica puede ser realmente exitosa si no se la naturaliza, y no puede naturalizársela si se la considera un valor más que un hecho (Fisher, 2016,42).

Gramsci resalta la relación entre estructura y superestructura como una formación económica y social, con una relación dinámica y de constantes cambios,

⁹ Ante el problema de la realidad que se genera a partir de la ideología manifestada en la hegemonía dominante, el filósofo A. Sánchez sostiene que: “A la hora de enfrentarse a este problema, Gramsci busca combatir la comprensión de la «superestructura» como mero reflejo pasivo de la estructura económica, pero también aquellas concepciones del marxismo que niegan una cierta autonomía a la esfera ideológica a la hora de configurar determinadas relaciones sociales e incluso tener efectos sobre las mismas]...[el esfuerzo intelectual de Gramsci va dirigido a asumir la complejidad de las ideologías considerando su *materialidad*, incluso buscando la terminología adecuada para definirla; el filósofo italiano llega a afirmar que es un error cuando «se identifica la ideología como algo distinto de la estructura» (Q7, §19; Gramsci, 1977, p. 868). Un claro ejemplo de esto tiene lugar con la introducción de la idea de «estructura material de la superestructura»: «Lógica y también cronológicamente tenemos: estructura social -superestructura- estructura material de la superestructura» (Q4, §12; Gramsci, 1977, p. 434). O también, en el mismo sentido, sugiriendo una concepción compleja de la ideología cercana a algunos temas clásicos del marxismo como la reificación o el fetichismo de la mercancía: «No se trata de destruir cosas materiales, se trata de destruir “relaciones” [*rapporti*] invisibles, impalpables, incluso si estas se esconden dentro de las cosas materiales» (Q6, §30; Gramsci, 1977, p. 708). El problema de la realidad de las ideologías aparece también en el marco de la secuencia superestructura-acción política, en una célebre referencia al *Prefacio*, polemizando con Croce: «Marx afirma explícitamente que los hombres toman conciencia de sus tareas en el terreno ideológico, de las superestructuras, lo que no es una afirmación menor de “realidad”» (Q4, §15; Gramsci, 1977, p. 437)(tomado de: <https://isegoria.revistas.csic.es/index.php/isegoria/article/view/1212/1377>”).

en donde la realidad objetiva va plasmando los posibles cursos de acción ya que a ciertas condiciones materiales de existencia le corresponden determinadas formas de organización ideológica, es en el nivel de estructura donde se realiza la hegemonía de la clase dominante sobre el conjunto social, la coerción y consenso generado por dicho grupo social se expresará en la superestructura, pero también es allí donde se pondrá de manifiesto las contradicciones estructurales, a esto el italiano lo denomino “bloque histórico”. Desde esta perspectiva, la sociedad se debe entender como la suma de ciertas relaciones sociales que se explican a través de una compleja articulación teórica de fenómenos concretos, como la división del trabajo o el modo de producción.

La estructura y las superestructuras forman un “bloque histórico”, o sea que el conjunto complejo, contradictorio y discorde de las superestructuras es el reflejo del conjunto de las relaciones sociales de producción (Gramsci,1966,48).

Con Gramsci y su concepto de hegemonía, obtenemos una serie de categorías de análisis que nos permiten abordar de manera más amplia la complejidad de la mercancía en una sociedad globalizada de producción capitalista, ya que nos permite incluir aquellos grupos sociales y sociedades que, aun siendo actores y escenarios de la economía capitalista, están fuera de los centros de poder decisorios de la economía global. A este nivel no es, por consiguiente, un simple ordenamiento entre los diversos actores económicos, es más bien un tipo de orden dentro de una economía mundial con un modelo de producción dominante que penetra en todos los estados y los vincula a otros modelos de producción subordinados, así como también representa un complejo entramado de relaciones sociales internacionales que conectan las clases sociales de los diferentes países todo lo cual se puede definir como una estructura sociopolítica y económica; y no puede ser solamente una de ellas, sino ambas. Es más, este orden global se expresa con normas universales, instituciones y mecanismos que establecen reglas generales de comportamiento para los estados y para aquellas fuerzas de la sociedad civil que actúan más allá de las fronteras nacionales, todo con el fin de

sostener el modelo de producción dominante. Esta idea que puede parecernos confusa indica el hecho de la asimilación que hace la sociedad del discurso que realiza el poder, a través del cual se unifican valores en lo social, político y cultural. Bajo este contexto, el de la alternativa entre coerción y consenso como garantía de las formas imperantes, es donde la mercancía se ha transformado en un elemento de conformismo social y en un artículo de subordinación más o menos voluntario que se legitima así mismo.

En las condiciones materiales de existencia y en los índices y estadísticas de la vida económica, la mercancía actúa como mecanismo político o sociocultural, que sustenta el sometimiento a los grupos de poder dominante.

El proceso dinámico descrito por Gramsci, al definir la hegemonía, nos puede ayudar a comprender la vitalidad de las formas económicas y políticas, replanteando un análisis de la contingencia como un espacio donde se organiza, concreta y conforma la dominación social, a través de prácticas que la sociedad integra a su sistema de valores e intereses fortaleciendo lo establecido y reafirmando el sistema económico imperante, trasladando los problemas sociales a un ámbito de exclusiva responsabilidad de los individuos subalternos.

Esta socialización del modo de producción convierte al colectivo social en una fuerza disciplinada, que mantiene en funcionamiento el orden económico, integrando el proceso de consumo mediante la organización y regulación de las relaciones de producción. Es así como, por medio de la hegemonía, la categoría de mercancía, nos parece que conduce a plantearnos la dominación como un acto de accionar político que se va configurando y organizando por medio de cierto sentido de orden histórico, al ser un factor intrínseco de la economía y operando en ella como un elemento cuya legitimidad desplaza cualquier acto coercitivo a un plano de relación de intercambio el cual reafirma un sentido consensual que crea la ilusión de un colectivismo activo de los individuos.

CAPÍTULO 2: El aura de la mercancía en el pensamiento de Benjamín.

2.1 La dimensión teológica de la mercancía

En su texto, *Las tesis sobre filosofía de la historia* (1942), Benjamin desarrolla diversas reflexiones sobre la historia, de las cuales surgen varias categorías, entre las que destaca la idea de progreso el cual es develado como una ilusión por el materialismo histórico, ya que es a través de esta última propuesta, donde aparecen las víctimas y los silenciados de la historia y no en la narrativa histórica de las clases opresoras. Para potenciar la propuesta del enfoque materialista Benjamin propone acostumbrarse y usar la teología, ya que es ella la estrategia de la narración mitológica del conflicto, con lo cual se aumentan las posibilidades que tiene la crítica en el desarme del artilugio mágico usado como procedimiento por este adversario potente por lo que su magia quedaría sin efecto puesto que la crítica materialista estará en condiciones de identificar los mecanismos por los que fue construido todo con la idea de conquistar los fines perseguidos por el materialismo histórico, pero siendo conscientes que lo sagrado se encuentra al interior de lo material y objetivo, es decir que la teología en sí misma, es más bien un camino que dirige los pasos del materialismo histórico y luego se pone al servicio de este. El papel a representar por la teología es el de restablecer la fuerza revolucionaria de materialismo histórico, entregándole sustancia espiritual a la propuesta de otro mundo posible. El progreso futuro no es el que traerá el cambio, este vendrá desde el pasado, puesto que “como a cada generación que vivió antes que nosotros, nos ha sido dada una *débil* fuerza mesiánica sobre la que el pasado tiene sus derechos” (cf. Benjamin, 2018).

Es en el pasado donde se encuentra latente y donde esta toda la potencia e inspiración para la superación de la opresión, es allí donde se encuentra todo aquello que se les ha negado a los oprimidos y que ha sido ocultado por aquellos que han escrito y transmitido la historia oficial, Benjamin plantea una suerte de encuentro entre pasado y presente para encontrar el verdadero progreso, una “cita secreta entre las generaciones que ya fueron y la nuestra” (cf. Benjamin, 2018).

La continuidad del progreso, vale decir, aquello en el cual “el historicismo se contenta con establecer un nexo causal entre diversos momentos históricos” (cf. Benjamin, 2018), ha devenido en una sucesión de hechos homogéneos favorables a los grupos que ostentan el poder, lo cual debe ser roto o interrumpido buscando una realidad donde se reúna un pasado latente, encontrando en él a todos aquellos que han sido oprimidos, con un presente que no es transitorio, sino que esta pletórico de un futuro propio, es ahí donde el hombre está obligado a realizar el progreso apoyado en las esperanzas de generaciones pasadas y orientado por ellas para la realización de un objetivo material concreto.

Este mirar atrás y percibirlo en el presente, tiene como fin suprimir la situación y condición en que se vive la actualidad, frente al tradicionalismo detentado por las clases dominantes debe emerger un carácter destructor de lo intocable e inamovible. Según el autor, “El carácter destructivo solo sigue una consigna; hacer sitio; solo una actividad: despejar” (Benjamin, 2018, 91).

Es no dar por duradero y lineal el curso del progreso, todo puede cambiar y hundirse, puesto que el carácter destructivo siempre estará en la encrucijada, viendo y abriendo nuevos caminos, esta condición “reduce a escombros todo lo que existe, y no por el gusto de los escombros, sino por el camino que pasa a través de ellos” (cf. Benjamin, 2018). Por lo cual se debe reconsiderar la experiencia humana como un elemento relevante que nos permitirá valorizar los bienes entregados por la cultura social, lo cual no evitará un nuevo comenzar, sino más bien lo resignificará buscando eliminar el misterio y la bruma del progreso y su ansia de posesión. “André Guide, el gran escritor, ha dicho: <<Cuando quiero poseer una cosa, esta se me vuelve opaca>>” (cf. Benjamin, 2018)¹⁰. Los seres humanos deben considerar lo nuevo como cosas propias que se enraízan en el conocimiento y la renuncia para evitar que en nombre de lo actual y moderno se pierda la herencia humana y con

¹⁰ La frase se encuentra en “*Les nouvelles nourritures*” (1935) y se enmarca en una reflexión sobre la contemplación de Dios. En castellano traducción de María Concepción García-Lomas, año 2015, Alianza Editorial, Madrid, “*Los alimentos terrenales. Los nuevos alimentos*”

ello se buscará evitar la consolidación y perfeccionamiento del régimen de producción capitalista.

Este sistema económico devela mediante su naturaleza enmascaradora y alienante, la perfecta dependencia que tiene el ser humano del trabajo y su perpetua esclavitud del consumo. Benjamín, alentará un despertar buscando un verdadero y real estado de excepción, puesto que “la tradición de los oprimidos nos enseña que el <<estado de excepción >> en que vivimos es la regla (cf. Benjamin, 2018).

El carácter destructivo es el agente catártico que permitirá romper la linealidad del progreso, adquiriendo un sentido teológico de salvación ante la realidad opresiva que vive el hombre, pues “el carácter destructivo no vive del sentimiento de que la vida sea valiosa, sino del sentimiento de que el suicidio es algo que no merece la pena” (cf. Benjamin, 2018).

Las modificaciones que provoca el capitalismo en el ciclo vital de los hombres a través de su sistema de producción, y que domina los éxitos y fracasos de los trabajadores por medio de los poderes enigmáticos de la mercancía y la ocultación de su verdadero valor, hará que se produzca una pérdida o desvanecimiento del trabajo, el cual se asimila en la experiencia, al sustituirlo por la vivencia inmediata la que vaciaría al trabajo del tiempo y satisfacción por la obra realizada y al mismo tiempo eliminaría todo saber adquirido en su ejecución, concertándose en una suerte de eterno presente que solo conduce a sí mismo despojado de todo termino en un producto final creando con esto una actitud hacia los resultados de sus actos, similar a la de un jugador.

El juego niega enérgicamente cualquier situación adquirida, cualquier antecedente...que recuerde servicios pasados, y en eso se distingue del trabajo. El juego rechaza... ese cargante pasado que es el apoyo del trabajo, que produce la seriedad, el cuidado, la atención a lo que vendrá, el derecho, el poder [O12,3] (Benjamin, 511, 2016).

Benjamín busca la virtuosidad de la experiencia que entrega contenido a la comprensión de la propia vida a través del aprendizaje y la continuidad que se

establece al perseguir las metas escogidas, las cuales se apoyan en el recuerdo, todo lo cual resulta vacío en la vivencia inmediata, por lo cual subraya que:

La apuesta es un modo de dar carácter de shock a los acontecimientos, sacándolos de los contextos de la experiencia. No es por casualidad que se apuesta sobre los resultados de las elecciones, del inicio de la guerra, etc. Los acontecimientos políticos adoptan fácilmente, en especial para la burguesía, la forma de lances en la mesa de juego [O13,5] (Benjamin, 513, 2016).

Esta promesa de plenitud extraordinaria que trae aparejada la vivencia inmediata, apagada por la realidad y bajo el fenómeno de la permutabilidad generan una felicidad virtual sujeta a lo cuantitativo buscando un máximo impacto y la obsolescencia instantánea negando la posibilidad de construir un proyecto coherente a lo largo del tiempo, dejando solo pequeñas partes que pueden ser recolectadas o coleccionadas. Lo virtuoso se desvanece y adquiere un carácter amnésico que se manifiesta en una modernidad fragmentada en sus vivencias culturales, o en los residuos o desperdicios mercantiles.

No obstante lo anterior Benjamin aprecia que el comportamiento adquisitivo moderno en una sociedad capitalista, posee cierta promesa utópica contenida en la mercancía, de tal forma que quien compra no tiene un conocimiento acabado de las cualidades que posee el objeto de intercambio, solo percibe una promesa de satisfacción, la cual aviva la esperanza de una sociedad más igualitaria, pasando de un comportamiento posesivo sobre los objetos basado en la utilidad de estos, a una realidad vinculada al placer de deseo por dichos objetos

Pasajes de Marx tomados de *Economía nacional y filosofía*: <<La propiedad privada nos ha hecho tan estúpidos e indolentes, que un objeto sólo es nuestro cuando lo tenemos>>. <<El lugar de todo sentido físico y espiritual... lo ha ocupado la simple alienación de todos estos sentidos, el sentido del tener.>> Cit. En Hugo Fisher, *Karl Marx und sein Verhältnis zu Staat und Wirtschaft* [Karl Marx y su

relación con el Estado y la economía], Jena, 1932, p. 64 [H3a,7] (Benjamin, 228, 2016).

Es decir, la experiencia del consumo de la mercancía en términos individuales aparta la inmediates de la vivencia, situándola en una realidad entre el sueño individual y el deseo colectivo, es ahí donde “se actualiza concepciones arcaicas de la propiedad que están latentes [H3a,6] (cf. Benjamin, 2016)”. De modo que el consumo se sustenta no tanto en la utilidad de los objetos, manifestada en su cuerpo, sino en esas energías utópicas, que el capital moviliza y orienta en función del volumen de ventas.

Quizás sea esta idea, desde una comprensión materialista y dialéctica del consumo en una sociedad capitalista, el aporte más destacado realizado por Benjamin en el “Libro de los Pasajes”, al cual podríamos examinar como el gran refugio de la mercancía. Pues es en esta idea, donde manifiesta que el mercado opera con un potencial preparado y organizado bajo un esquema de lo inmediato y efímero en conjunto con energías utópicas latentes en el interior de las mercancías, erigiendo una imagen incompleta en su apariencia mercantil pero marcada por una promesa de satisfacción.

El mundo de los objetos en torno al hombre toma cada vez con más descaro la expresión de la mercancía. Simultáneamente, la publicidad empieza a revestir el carácter mercantil de las cosas. A la transfiguración falaz del mundo mercantil se viene a contraponer su dislocación en lo alegórico. La mercancía busca verse la cara (Benjamin, 22, 2014).

De lo cual se deduce que lo que genera el intercambio comercial no es el valor de uso de una mercancía, sino más bien la promesa del valor de uso¹¹, la

¹¹ Respecto a esta promesa Fritz Haug establece que: “No es el valor de uso real, sino la promesa del mismo lo que desencadena la compra. Lo “exterior” de la mercancía, su apariencia, su aspecto fenoménico, tal vez las propiedades de la superficie que puede tocarse con los dedos, quizás el olor, juntamente con los nombres de fabricación, la calidad y cantidad, etc., etc.; todo esto junto “promete” al comprador el valor de uso. Dicho con más exactitud, él mismo se lo promete basándose en este polifacético material fenoménico que “habla” a sus sentidos y a su “sentido”. A esta relación causal

invitación a la satisfacción que mantiene vigente la esperanza y la creencia en una sociedad sin clases. Si el modelo capitalista convierte a la mercancía en objeto de deseo y anhelo es porque utiliza al realizar el intercambio comercial, la propia posibilidad de superación que posee la mercancía, la cual vendría dada por una operación para entregarle significado, originada en el mismo sujeto, el que pretende dotarla de sentido y finalidad a través del lenguaje¹², entregándole la posibilidad de intercambio o comercio. Y es así como la comunidad capitalista se imagina o sueña el advenimiento de la sociedad futura, por medio del consumo de mercancías dotadas de significación, que conecten el despertar individual con una existencia alejada o distinta de la realidad que el sujeto habita.

Para Benjamin lo nuevo, lo inmediato y lo fugaz permite denunciar la distancia que separa a la promesa mercantil, de la promesa utópica entregada por el capitalismo, de ahí que la exhibición de las mercancías entregue o anuncie un potencial emancipatorio asociado a la democratización del consumo, el que se pierde u oculta con la degradación a meras baratijas, que sufren los objetos, ya que “Con los nuevos procedimientos industriales conducentes a las imitaciones, lo aparente se precipita en la mercancía (cf. Benjamin, 2005), dejando de manifiesto una promesa de satisfacción irresoluta que fue adquirida en el intercambio comercial, y al igual que en un cuento, la pérdida del hechizo mágico trae aparejado

compleja la denominamos la promesa estética del valor de uso de la mercancía. El concepto “promesa objetiva del valor de uso” debe indicar los datos sensibles que el objeto emite y en cuya forma el valor de uso aparece antes del consumo: el concepto de promesa subjetiva del valor de uso debe señalar la actividad del sujeto, el cual espera, en base a los datos sensibles objetivos, un valor de uso del objeto en cuestión (Wolfgang Fritz Haug, 1989. artículo *Publicidad y Consumo. Crítica de la Estética de Mercancías*, pag. 6)”

¹² Gisela Catanzaro del Instituto Gino Germani de la Universidad de Buenos Aires sostiene que: “El nombre profano es extrínseco a la cosa, inadecuado e imperfecto, y, sin embargo, en esta constelación teológica de la escucha y del llamado, de la atención y la invocación, él resulta irreductible a su definición dominante provista por lo que Benjamin llama “concepciones burguesas de la lengua”. Estas teorías, convencionalistas, comprenderían al nombre como mero signo arbitrariamente escogido para designar a una cosa que, a los fines de la comunicación intersubjetiva, resultaría equivalente a su representante en el escenario del intercambio. En otros términos, el nombre sería aquí comprendido como producto de una operación de significación originada en una intención del sujeto que se proyectaría sobre la cosa para dotarla de sentido y volverla posible objeto del intercambio o comercio intersubjetivo (Utopía y Praxis Latinoamericana. *Materialismo y teología en el pensamiento de Walter Benjamin*. Scielo)”.

el despertar inevitable en la realidad que se vive, revelando las condiciones materiales de la existencia.

Desde un punto de vista teológico para Benjamin, es la mercancía la que se impregna con la promesa de recompensa que promete el progreso en una sociedad capitalista, pero “No puede haber progreso alguno... mientras no se incremente la felicidad y plenitud de las mismas almas que antes padecieron bajo un estado carente de plenitud (cf. Benjamin, 2016, [n 13,3])”, puesto que en una realidad objetiva y “saturada”, la mercancía en su devenir económico, como resultado de una producción masiva y un afán por la novedad, sin contemplar su proceso, incumple lo prometido, dislocándose en el contacto comercial, convirtiendo la promesa en un sueño especulativo de la felicidad, entregando un progreso en eterna expansión que se refleja en lo efímero de la mercancía como producto, en contraposición con la idea de Benjamin donde “La salvación se atiene a la pequeña fisura en la catástrofe continua (cf. Benjamin, 2014)”, ya que:

El concepto de progreso hay que fundarlo en la idea de catástrofe. Que todo << siga tal cual >> es la catástrofe. No es en cada caso lo que está por venir, sino lo de siempre ya dado. El pensamiento de Strindberg: el infierno no es lo que nos aguardaría, *sino esta vida aquí* (Benjamin, 2014,35).

2.2 La mercancía y su *mise en scène*

Al hablar sobre la vida social y las relaciones que en ella se establecen entramos a tematizar de aquella vida del día a día, de esa vida que escapa a aquellos momentos que pasan a la historia, es lo cotidiano que se mueve en torno a una labor y al disfrute de sus productos cuya monotonía es interrumpida por algunas actividades festivas o juegos de carácter social que crean espacios temporales de evasión recreacional, lo que hace más patente la contradicción que

se manifiesta en una sociedad de producción capitalista entre la vida casi automática de producción que consume y agota¹³, y la vida que impele creatividad.

Benjamin nos presenta en el “Libro de los Pasajes”, una forma de aproximarnos a esta vida diaria, abriéndonos intersticios por los cuales deslizarnos a ella para apreciar de qué modo la producción capitalista se concreta en la ciudad, el arte y sus productos así como en los individuos que interaccionan con ellos y como los seres humanos se ven determinados en su comportamiento y relaciones con el fin de crear un conjunto de elementos que estructuran una imagen de sí misma que este tipo de sociedad impone al idealizar sus relaciones productivas. Es en este vivir diario donde se asienta la sociedad de consumo y la función económica de las mercancías a través de una enorme variedad de artículos exhibidos en y dentro de una estructura arquitectónica que favorece el germen del consumo, surgiendo los grandes almacenes y los pasajes comerciales como una puesta en escena artística al servicio del comercio

Por primera vez en la historia, con el nacimiento de los grandes almacenes los consumidores comienzan a sentirse como masa. (Antes sólo se lo enseñaba la carestía.) Con ello aumenta extraordinariamente el elemento circense y espectacular del comercio (Benjamin, 2016, 77, [A4,1])

¹³ Con respecto a esto Robert Kurz nos refiere que: “El hombre capitalista de hoy es trabajador no sólo cuando está ganando dinero sino también cuando lo gasta. Asimismo la contradicción de este modo absurdo de producción y de vida - que en el pasado se manifestaba también como contradicción subjetiva, como protesta contra las impertinencias - se ha objetivado casi enteramente y solo se muestra ya como una realidad de del desempleo. Y éste, en efecto, está creciendo a escala mundial de manera dramática. Así la contradicción insoportable sólo se vuelve visible ya en sentido negativo. El desempleo bajo el capitalismo ni siquiera es tiempo libre sino únicamente tiempo de pobreza. No se invalida el principio del trabajo sino la existencia de quienes no lo tienen. El trabajo de los parados consiste en el penoso deber de buscar otro trabajo, azuzados y humillados por la administración burocrática del trabajo y la pobreza (Jappe, Kurz, Ortlieb, 2014,92)”

Estos espacios arquitectónicos comienzan a funcionar como espacios de sociabilidad al incorporar el comercio con la búsqueda de evasión del mundo productivo, lo que replantea completamente el tiempo recreacional y de ocio, se representan imágenes integradora en lo social y se comienza a modelar la figura del consumidor resaltando la complacencia y el goce por sobre la utilidad¹⁴, vale decir que:

Esas imágenes lo son de deseo, es decir, son representaciones ideales, y en ellas la colectividad busca tanto suprimir como transfigurar la imperfección del producto social junto con las deficiencias en el orden social de producción (Benjamin, 2018, 255).

Benjamin nos ha trazado un verdadero camino de la mercancía usando a ciertos personajes y ciertas actitudes del ser humano al consumir. Por tanto, es aquí donde el *flâneur* nos pasea entre y por la exhibición de dichos productos desplazándose en un mundo onírico y percibiendo aquellas situaciones en las que se desenvolverán los consumidores modernos destacando el impacto de los medios de producción sobre el sentido individual de los sujetos humanos, ante la nueva realidad de masificación de productos y la nueva socialización directa con las masas de una gran ciudad

El *flâneur* es el observador del mercado. Su saber está cercano a la ciencia oculta de la coyuntura económica. Es el explorador del capitalismo, enviado al reino del consumidor (Benjamin, 2016, 431, [M 5,6].”

Junto a este caminante, nuestro autor sitúa dos personajes que importaran ciertas características con las cuales las mercancías se presentarán al mercado a través de la compra, la prostituta y el jugador. Una encerrando la promesa de satisfacción que posee toda mercancía

¹⁴ Para Anselm Jappe: “El amor excesivo a ciertas mercancías es sólo un epifenómeno del proceso por el cual la mercancía ha embrujado la entera vida social, porque todo lo que la sociedad hace o puede hacer se ha proyectado en las mercancías (Jappe, Kurz, Ortlieb, 2014, 70)

La prostituta no vende su fuerza de trabajo; su profesión conlleva sin embargo la ficción de que vende su capacidad de placer. En tanto esto representa la máxima ampliación que puede experimentar el ámbito de la mercancía, la prostituta fue desde siempre una precursora de la economía de mercado (Benjamin, 2016, 355, [J 67 a, 1]).

Y el segundo al mostrar que el consumo tiene fases de tal diversidad que exaltan los goces e impiden el aburrimiento, y que opera al igual que un juego de apuestas en donde cada partida se desconecta de la siguiente buscando el mayor impacto experiencial posible, y de olvido inmediato, detrás de una nueva experiencia sin vinculación con la anterior, rompiendo la unión con lo pasado, y revelando el carácter hipomnésico de la mercancía. “La apuesta es un modo de dar carácter de *shock* a los acontecimientos, sacándolos de los contextos de la experiencia (cf. Benjamin, 2016, [O13,4])”.

Luego las mercancías seguirán su periplo social, entregando un sentido de continuidad en lo efímero de la moda, al exteriorizar el proceso de eterna modernidad de los productos, estampando el valor de lo novedoso en ellos, así como multiplicando sus características de atracción, para compensar lo nocivo de los residuos y externalidades efímeras, propias del modo de producción capitalista.

Las modas son un medicamento, tomado a escala colectiva, dirigido a compensar los efectos nocivos del olvido. Cuanto más breve es una época, tanto más se encuentra remitida a la moda (Benjamin, 2016, 107, [B 9 a, 1]).

La realidad de los objetos como novedad para los consumidores va transformando la sociedad al fragmentarla, cuando ellos se convierten en una vivencia sociocultural como es la moda, o cuando se han convertido en un residuo mercantil, en ambos casos se revela lo fugaz de la experiencia del consumo, porque se sitúa entre un sueño y el deseo, Benjamin, nos presentara en otros personajes esta realidad mercantil. Será el chatarrero o trapero quien cargara, una vez terminada la novedad, con la creciente obsolescencia de la sobreproducción

haciéndose cargo de lo residual, el coleccionista y su acumulación redimirá a los objetos de su función perenne de utilitarismo, y el *dandy* con su estrategia seductiva por medio de baratijas de todo el orbe instigara a consumir buscando lo novedoso, en todo este camino los objetos se van transformando en una realidad distinta, dejan de ser lo que eran para transformarse

La devaluación del mundo de los objetos en la alegoría es sobrepasada por la mercancía, dentro del mismo mundo de los objetos (Benjamin, 2014, 11)

Los objetos transformados en mercancías son apartados de su realidad de uso donde se les destruye y conserva al mismo tiempo, donde la ficción de la mercancía se refleja en una suerte de escombros mercantiles, reflejando que son “los fenómenos de desecho y decadencia como precursores, en cierto modo espejismos, de las grandes síntesis que vienen luego (cf. Benjamin, 2016, [Y 1,4]). En esta trayectoria el objeto sufre una pérdida de autenticidad, disposición y alineación, una desafectación de su realidad de origen, es decir una pérdida de todo lo que de él pudiese transmitirse en tanto objeto de uso, ya que como mercancías siempre aparecerán como algo nuevo, y es por lo que las mercancías son incapaces de testimoniar su historia

Conforme a una formulación general podemos decir que la reproducción técnica desvincula lo reproducido del ámbito de la tradición. Al multiplicar las reproducciones, pone su presencia masiva en el lugar de una presencia irrepetible. Y, al permitirle a la reproducción salir al encuentro de cada destinatario, se encuentre donde se encuentre, hace que lo reproducido se actualice para siempre (Benjamin, 2018, 199).

Vale decir entonces que los objetos pierden su “aura” al transformarse en mercancías, ya que estas carecen de autenticidad y son incapaces de testimoniar su historia. Benjamin, en su recorrido nos hace aparecer la mercancía como parte de la sociedad de producción capitalista, la cual se sustenta más en las energías que movilizan a dicha sociedad tras la quimera de una promesa, que en la utilidad

materializada en los objetos de consumo¹⁵. En otras palabras, el paisaje del consumo se define en la cantidad y disposición de los signos que generan la compra, y es a ellos a los que se instrumentaliza como elementos sociales unificadores con el fin de espectacularizar las relaciones que se dan al interior de la sociedad capitalista.

Es allí donde la mercancía se convierte en espectáculo, pasando a formar parte de las relaciones sociales dominadas y mediatizadas por las imágenes: “El espectáculo no es un conjunto de imágenes sino una relación social entre las personas mediatizada por las imágenes” (Debord, 2015,38)

El sistema de producción capitalista de mercancías necesita una decoración adicional en la construcción del arquetipo de vida social, en la cual toda opción venga definida desde la producción y el consiguiente consumo, en donde la vitalidad humana sea subsumida por la vida social de la mercancía,

En este movimiento esencial del espectáculo, que consiste en recapitular en sí mismo todo cuanto existía en la actividad humana *en estado fluido* para poseerlo en estado coagulado, en cuanto cosas que se han convertido en valores exclusivos mediante la *formulación en negativo* de su valor vital, reconocemos a nuestra vieja enemiga, que sabe muy bien cómo hacer para presentarse a primera vista como algo trivial y autoevidente, cuando es, al contrario, algo tan complejo y tan lleno de sutilezas metafísicas: *la mercancía* (Debord, 2015,51).

¹⁵ El aura del objeto mercancía esta llamada a desaparecer al momento mismo del contacto comercial, ya que debido a la pérdida de su utilidad vuelve a redefinir el paisaje del consumo en una nueva realidad social que se genera casi automáticamente, al respecto A. Jappe dice: “Tal vez la mercancía y su forma general, el dinero hayan tenido alguna función positiva en los inicios, facilitando la ampliación de las necesidades. Pero su estructura es como una bomba de relojería, un virus inscrito en el código genético de la sociedad moderna. Cuanto más la mercancía se apodere del control de la sociedad, tanto más va minando los cimientos de la sociedad misma, volviéndola del todo incontrolable y convirtiéndola en una máquina que funciona sola. No se trata, por tanto, de apreciar la mercancía o de condenarla: es la mercancía misma la que se quita de en medio, a largo plazo, y tal vez no sólo a sí misma. La mercancía destruye inexorablemente la sociedad de la mercancía. Como forma de socialización indirecta e inconsciente, esta no puede menos que producir desastres (Jappe, Kurz, Ortlieb, 2014,69)”

La espectacularidad pasara entonces a resaltar la vida de los objetos convertidos en mercancías, alcanzando “la *ocupación total* de la vida social (cf. Debord, 2015), la cual avasalla e influencia toda vivencia humana, estableciendo la relación con y a través de las mercancías como la única relación social, la que adquiere las características propias de estas mercancías como el distanciamiento y la prevalencia de lo cuantitativo por sobre lo cualitativo, más vale mucho de una experiencia que la calidad de ella. La economía deja así de ser una mera ciencia social, para convertirse en una herramienta donde se despliega el poder, bajo la forma de mercancía, transformando a la sociedad en un sistema económico de dominación

La dominación de la mercancía sobre la economía se ejerció al principio de forma latente, de modo que, en cuanto base material de la vida social, la mercancía pasaba desapercibida y permanecía impensada, como algo familiar, aunque desconocido. En una sociedad en la cual la mercancía concreta es escasa o minoritaria, la aparente dominación del dinero se presenta como un embajador plenipotenciario que habla en nombre de un poder desconocido. Con la revolución industrial, la división del trabajo de manufactura y la producción masiva destinada al mercado mundial, la mercancía aparece efectivamente como un poder que viene a *ocupar* realmente la vida social. La economía política se erige entonces como una ciencia dominante y como una ciencia de la dominación (Debord, 2015, 54)

El mundo visible y de las imágenes es el gran escenario por el cual se moverán las mercancías transformando al capitalismo en un modelo de exhibición de los objetos sensibles transformados en mercancías, convirtiendo la imagen de éstas en una realidad sensible que abarca todo el mundo. Así cada producto devenido en mercancía pasara a transformarse, mediante su consumo, en una esperanza de la igualdad social, ya que cada uno de ellos representara un camino hacia la unificación en las relaciones sociales del ser humano bajo el amparo del consumo.

2.3 El concepto de entidad comunicable; la autorización de los objetos de consumo

En el modelo capitalista los objetos convertidos en mercancías mediante su intercambio y circulación adquieren dinámicas que establecen realidades, identidades y deseos que crean nuevas normas de comportamiento en nuestro entorno. Lo anterior determina al consumo como un proceso de comunicación social, entre la mercancía y su atributos con la realidad objetiva: los escenarios, los objetos, los rituales del consumo, la definición y promoción de los ellos pueden guiarnos en el análisis de los cambios que parecen revelarse en la sociedad la cual actúa otorgando un marco, donde la mercancía despliega y reproduce sus significados, transformándola en un medio que revelan la realidad que obtenemos mediante las ideas que consumimos. “El consumo y la reproducción social aparecen entonces desde este enfoque, como un proceso perfectamente maleable, tanto cuantitativa como cualitativamente; y su reproducción, curiosamente, como un proceso más cercano a lo mecánico que a lo realmente social (cf. Alonso, 2005).

La expansión y aceleración del consumo y su comportamiento como relacionador de las articulaciones sociales es un fenómeno propio de nuestro tiempo sirviendo de base para la propagación y readecuación del modelo capitalista ya que la producción en masa trae aparejado consumo en masa y finalmente convierte la compra en una actividad lúdica, conquista definitiva del consumo que deja de ser una necesidad, una obligación, un trabajo, para definirse como un recreo, “... la mercancía se ha transformado en un ídolo que, aun producto de la mano del hombre, manda sobre los hombres (cf. Benjamin, 2016, [G5,1])”.

Se ha planteado que una de las razones del consumo es la satisfacción de diversas necesidades reales o simbólicas generadas en el ámbito sociocultural, una de las cuales es la comunicación, la cual, como base cultural, no solo utiliza el lenguaje verbal y corporal, sino también el lenguaje simbólico que se encuentra añadido a la mercancía el que pasa a ser parte material de ellas, de esta manera las mercancías sirven para comunicar intenciones, identidades y establecer

vínculos. Sin embargo, no podemos olvidar que consumir tiene en su definición una connotación destructiva¹⁶ por lo cual, si cada tipo de comunicación es una expresión mental y espiritual del ser humano, es el lenguaje el que abarca absolutamente toda comunicación

Lo comunicable de la entidad espiritual y mental es su entidad lingüística. Por lo tanto, el lenguaje comunica la entidad lingüística de las cosas, mientras que su entidad espiritual o mental solo se trasluce cuando está directamente resuelta en el ámbito lingüístico y en la medida en que es *comunicable* (Benjamin, 2018,25).

Surge entonces la pregunta de ¿con quién se comunican las mercancías? y la respuesta es: con los seres humanos, entonces ¿con que intención buscan entablar esta comunicación? Es aquí donde la mercancía escapa al ámbito puramente económico y comercial ya que es el lenguaje¹⁷ el que crea esta realidad mercantil, vale decir que la palabra no está por accidente vinculada o relacionada con el acto de consumir o que dicho lenguaje sea una relación o mero signo de la mercancía, sino que el nombre que el ser humano da al acto o cosa se basa en como este lenguaje se vincula con él. Por lo tanto, nos encontramos frente a una realidad objetiva creada en el lenguaje para ser usada y acabada y que adquiere una sobrevida al aparecer como otra realidad comunicante, es como si el acto comercial y la mercancía no se reconocieran a sí mismos, según Derrida “¿En qué

¹⁶ (Del lat. *consumére*) tr. Destruir, extinguir (Diccionario de la Lengua Española, 1992)

¹⁷ Al respecto Gisela Catanzaro en su artículo sobre Benjamin, sostiene que: “En la palabra humana el nombre no vive ya más intacto, es la palabra que ha salido de la lengua nominal, conocedora, que ha salido de la propia “magia inmanente” y “debe comunicar *algo* (fuera de sí misma)”. Tal es el verdadero “pecado original del espíritu lingüístico”, que nace con el saber del bien y del mal como un conocimiento *extrínseco* –el juicio transforma la lengua en un medio para decir y conocer *algo* que no ha sido creado–, y se prolonga en la caída babélica, que da lugar a la multiplicidad de las lenguas, y que tiene como condición ese carácter extrínseco de la palabra en relación al ser de la cosa. De allí su imperfección; pero de allí también –como destaca Elizabeth Collingwood–Selby – su naturaleza receptiva y “deseante”: Las cosas son mudas y, en sí mismas, por tanto, innominadas; el hombre las nombra espontáneamente, pero las nombra de acuerdo a la forma que tienen ellas de comunicarse con él, las nombra a partir de su escucha (...) nombrar es llamar a aquello que se nombra, dar lugar en la escucha, en la receptividad que es el nombre, a la manifestación de aquello que se nombra(Utopía y Praxis Latinoamericana. Materialismo y teología en el pensamiento de Walter Benjamin. Scielo)”.

se reconoce un fantasma? En que no se reconoce en un espejo (cf. Derrida,2012)”, a partir de lo cual se naturaliza un presunto diseño de relación social. Nuevamente al autor francés nos orienta:

Ahora bien, eso pasa con el *comercio* de las mercancías *entre sí*. Esos fantasmas que son las mercancías transforman a los productores humanos en fantasmas. Y todo ese proceso teatral (visual, teórico, pero así mismo óptico, *óptico*) introduce el efecto de un espejo misterioso: si éste no refleja el reflejo bueno, si, por lo tanto, fantasmaliza, es, en primer lugar, porque naturaliza (Derrida, 212,175).

Finalmente cuando a la mercancía, como parte de una realidad comunicacional llamada consumo, se la presenta como reflejo de las relaciones sociales del hombre en el trabajo, relaciones que el objeto mercancía toma para sí como propiedades naturales y objetivas propias, tendremos una disociación en el punto de encuentro social llamado mercado ya que “... el comercio entre las mercancías no espera, la imagen reflejada (deformada, objetivada, naturalizada) se convierte en la de una relación social entre las mercancías, entre esos <<objetos>> inspirados, autónomos y automáticos...(cf. Derrida, 2012)”.

El intercambio comercial capitalista necesita que las mercancías se arrojen con ciertos caracteres humanos en su presentación, imponiéndoles imaginarios y representaciones sociales que reflejen aquellas relaciones de comunicación que asignan identidades y realidades a los sujetos sociales:

La autonomía que se le presta a las mercancías responde a una proyección antropomórfica. Ésta *inspira* a las mercancías, les insufla el espíritu, un espíritu humano de un *habla* y el espíritu de una *voluntad* (Derrida, 2012,176).

Sin embargo, el consumo fiel a su significado, en el encuentro social busca incrementar la producción de mercancías para su utilización y extensión, no busca entablar una relación duradera, sino más bien ser una contingencia, una excitación

momentánea destinada a su uso y consumición, convirtiendo el intercambio mercantil en una rutina mecánica.

Lo nuevo enseguida se banaliza convirtiéndose en rutina. Es una mercancía que se consume y que vuelve a desencadenar la necesidad de lo nuevo [...] Para huir de la rutina y escapar del vacío consumimos aún más novedades, nuevos estímulos y vivencias. Es justamente la sensación de vacío lo que impulsa la comunicación y el consumo. La <<vida intensa>> como lema publicitario del régimen neoliberal no es otra cosa que consumo intenso (Byung-Chul Han, 2021, 22).

Pero también debemos comprender que la banalidad es un “fenómeno de neutralización (cf. G Anders, 2023)”, que hoy por hoy es de naturaleza económica, y se refleja en el carácter de mercancía de todos los fenómenos humanos, ya que:

Toda mercancía tiende a ser de tal manera que, en su uso manual – adaptado a una necesidad, un estilo y un estándar de vida- se acomode al gusto y a la vista. Su grado de calidad se define mediante el grado de adecuación; dicho negativamente: depende de la poca resistencia que provoque para ser utilizada y del poco residuo extraño en bruto que deje su disfrute. Así pues,]... [tiene que ser servida en una situación acomodada a la vista y al oído, asimilable, preparada para disfrutar, no extraña, deshuesada; o sea, de manera que se dirija a nosotros como nuestro *simile*, cortada a nuestra medida, como algo *de nuestra condición* (G. Anders, 2023, 128).”

De esta manera la banalización parece perder antipatía volviéndose invisible, al presentarse solo como la adaptación del mundo a nuestra medida o sea se transforma en cultura. Pero no debemos olvidar que esta cultura trae en sí la connotación destructiva del consumo, la producción en los tiempos actuales reproduce mercancías caducas y pasajeras con la característica de ser transitorias, es decir “...padecen una mortalidad en grado sumo particular, cuya característica suena directamente teológica, a saber: que han de morir, que están destinados a la

transitoriedad (cf. G. Anders,2023)”, entonces vale decir que “las mercancías en serie han *nacido para morir* (cf. G. Anders,2023)”.

A nosotros los compradores se nos estimula y educa a consumir, explotando u usando la mercancía con el afán de una renovación y vitalidad permanente, buscando la desafectación de lo antiguo para que lo nuevo ocupe su lugar sin culpa, parece ser entonces que los objetos “nacen no para morir, sino para ser matados (cf. G. Anders,2023)”. Esta actitud hacia las mercancías por parte del hombre genera una sensación de reproducción de ellas hasta el infinito, eliminando la voluntad destructiva del consumo, como si “*destruir y construir ya no se contraponen*, sino que tienen su origen en una única e idéntica raíz: en el principio de reproducción (cf. G.Anders, 2023)”, pasando a ser este principio un medio de apoyo para combatir la voluntad destructiva internalizada en el consumo, actuando a la manera de un “contraveneno”, según lo plantea Anders.

Los nuevos métodos de producción introducidos por la sociedad capitalista durante el siglo XIX alteran el hacer como un saber, pasando en el siglo XX a una etapa de sobre producción, se produce más de lo que se consume surge entonces la necesidad buscar y crear consumidores que puedan absorber dicho excedente en la producción, con lo cual entramos en una sociedad plena de consumo donde la innovación (tanto tecnológica como técnica), permanente pretende flexibilizar las actitudes del consumo, las cuales se adaptan en forma cada vez más rápida a la realidad objetiva de la sociedad. Esta visión un tanto pesimista de la época que vivimos se ve acrecentada al observar las condiciones materiales de la producción de mercancías y como estas transformadas en objetos de consumo establecen una modalidad objetiva y subjetiva de acceso y utilización de los productos. La sociedad se conmociona ante la arremetida de la actividad económica, tratando toda relación social como un problema de consumo, es así como “la economía transforma el mundo, pero sólo lo transforma en un mundo económico (cf. Debord, 2015). Esta transformación es producto del mundo de las mercancías:

La dominación de la mercancía sobre la economía se ejerció al principio de forma latente, de modo que, en cuanto base material de

la vida social, la mercancía pasaba desapercibida y permanecía impensada, como algo familiar aunque desconocido. En una sociedad en la cual la mercancía concreta es escasa o minoritaria, la aparente dominación del dinero se presenta como un embajador plenipotenciario que habla en nombre de un poder desconocido. Con la Revolución Industrial, la división del trabajo de manufactura y la producción masiva destinada al mercado mundial, la mercancía aparece efectivamente como un poder que viene a *ocupar* realmente la vida social. La economía política se erige entonces como ciencia dominante y como ciencia de la dominación (Debord, 2015, 54)

Surge una sociedad sumamente desarraigada volcada en y hacia una “energía libidinal” producto de la explotación y funcionalización del “consumidor proletarizado”, lo que provoca una modificación entera de la economía llevándola hacia lo que Stiegler denomina una “economía libidinal”, a la cual describirá como un “proceso de transindividuación”, que consiste en:

].... [la organización del consumo como destrucción del saber-vivir en vistas de crear el poder de compra disponible que afine y refuerce el sistema que descansaba sobre la destrucción de los distintos saber-hacer con el objeto de crear fuerza de trabajo disponible (Stiegler, 2016,39).

Con ello comienza entonces un proceso en donde los saberes caen en un proceso gradual de hipomnesia individual y social, los cuales son pasados o impostados en máquinas y objetos que luego nos serán devueltos convertidos en mercancías, según Stiegler:

Esto constituye un hecho habitual y sensible de lo que quiero presentar aquí como un vasto *proceso de proletarización cognitiva y afectiva -y de pérdida de saberes: saber hacer, saber vivir, saber teorizar, sin los cuales ningún saber será ya sabido-* (Stiegler, 2016,43).

Es aquí donde las mercancías dejan de ser meros artículos o productos de en una sociedad de consumo pasando a convertirse en elementos técnicos, organizados a través de la economía, que han ido evolucionando basados en la exteriorización, la cual “es un desafío de *La Ideología Alemana* (y que es la raíz de

la cuestión técnica, es decir, de la cuestión de esa producción de uno por uno mismo en la que consiste el hombre) (cf. Stiegler, 2016)". Estos elementos técnicos llamados mercancías, como verdaderos soportes inorgánicos empiezan a conservar y transmitir a través del acto comercial la memoria social vehiculizando la información y el conocimiento cultural a través del tiempo y el espacio, transformándose así y por extensión a lo que Stiegler llamo la *memoria epifilogénica*.

La economía pasa a adaptar el comportamiento social y personal del ser humano llegando incluso a modular la memoria colectiva, en un afán de control social, con lo que "Se instala así la cuestión de una economía industrial biopolítica, psicopolítica, sociopolítica, tecnopolítica y, a fin de cuentas, de una economía industrial noopolítica de la memoria (cf. Stiegler, 2016), instalando así la "*cuestión farmacológica*" en donde los productos como mercancías conservadoras de la memoria social y cultural se constituirían en un "pharmakon: a la vez el veneno y su remedio (cf. Stiegler, 2016)

CAPÍTULO 3: La mercancía como dispositivo de poder en perspectiva foucaultiana

3.1 La categoría de dispositivo en Michel Foucault

La relevante difusión del término “dispositivo” en las ciencias sociales nos obliga a plantearnos cierta reflexión sobre su significado, ya que desde que M. Foucault hablase de “dispositivos disciplinarios (cf. Foucault, 2003)”, vemos una proliferación de su uso desde perspectivas muy diferentes que va desde la filosofía al feminismo, hablando de dispositivos carcelarios, televisivos e incluso militares. Sin embargo, el término no ha sido verdaderamente definido sino más bien operativizado debido a la plasticidad en su uso. En este trabajo pretendo utilizarlo desde los trabajos de Foucault tratando de visibilizar los múltiples elementos que coinciden o llegan a presentarse como sus componentes.

Para entrar en la categoría foucaultiana de dispositivo es necesario transitar por el trabajo del filósofo francés, desde sus estudios de los años sesenta relacionados con una cuestión capital: ¿Qué es el saber? Foucault, buscara responder a esta pregunta trabajando varios conceptos que pudiesen definir la episteme, el primero de los cuales es el de sistema, en el cual los elementos constitutivos no significan nada por sí mismos, ya que su significancia viene dada por su posición dentro del conjunto, lo que será fundamental en la idea desarrollada por Foucault en los “dispositivos disciplinarios”¹⁸, sin embargo el francés construye

¹⁸ A pesar de que Foucault no elabora ninguna teoría general acerca del dispositivo, es necesario distinguir entre “dispositivos de seguridad” y “dispositivos disciplinarios”. Para lo cual recurriremos al profesor Edgardo Castro y su “Diccionario Foucault” en el cual respecto de los primeros expone que: “En la primera clase del curso *“Sécurité, territoire, population”*, Foucault introduce la problemática de los dispositivos de seguridad (por lo general en plural) para compararlos con los dispositivos legales y jurídicos, por un lado, y con los disciplinarios, por otro. Así en el caso del robo, los dispositivos legales y jurídicos establecerán su prohibición según la ley y la consiguiente pena para quienes la infrinjan. Los dispositivos disciplinarios, por su parte, complementarán la pena legal con mecanismos de vigilancia y de control, y con formas de corrección y transformación de los culpables (por ejemplo, la cárcel). Los dispositivos de seguridad, característicos de la época contemporánea, en cambio inscribirán la conducta delictiva en un campo de acontecimientos probables para calcular los costos de reprimir o tolerar determinadas conductas y establecerán una medida considerada óptima de acuerdo con esos costos.” En cuanto a los “dispositivos disciplinarios” nos plantea: “En *Le Pouvoir psychiatrique*, Foucault utiliza la noción de dispositivos, en primer lugar, para contraponer los mecanismos de la soberanía a los de la disciplina y, en particular, para describir

su concepto de episteme desde dos ideas distintas: lo previo y la región intermedia. Con la primera hace referencia a las posibilidades que se definen mediante entramados relacionales a partir de elementos formados desde ciertas prácticas discursivas. Con la segunda Foucault define un espacio limitado entre un conjunto de elementos que establecen el orden empírico, es decir aquellos conocimientos, informaciones y métodos basados en la experiencia directa, la observación y la experimentación, y en su otro extremo las ciencias junto a la filosofía como aparatos reflexivos que explican el orden y las leyes que este obedece, y es este espacio incluido ambos polos lo que constituiría el saber.

Con lo anterior tenemos los puntos de coincidencia entre *episteme* y dispositivo, primero ambos términos envían el saber a un espacio donde los elementos de este se distribuyen ocupando una posición que incluye la distancia entre ellos mismos, y es este espacio quien definirá las funciones de dichos elementos. En segundo lugar, ambos términos hacen referencia a la multiplicidad de los elementos constituyentes del saber, el primero hace referencia a su pluralidad, el segundo al conjunto de piezas que forman una red, los cuales, para ambos términos estructuran un espacio determinado. Posteriormente Foucault tiende a reemplazar episteme por dispositivo, al considerar a este como un caso más general del primero

Ahora, lo que querría hacer es tratar de mostrar que lo que llamo dispositivo es un caso mucho más general de la episteme. O mejor que la episteme es un dispositivo específicamente *discursivo*, en lo que se diferencia del dispositivo, que puede ser discursivo o no

estos últimos.]...[Al respecto Foucault habla de una multiplicidad de dispositivos disciplinarios: de panóptico (PP,79), asilar (PP,156), de cura (PP,163), de captura (PP,301), clínico (PP, 305), neurológico (PP,305), médico (PP,305) y psiquiátrico (PP,305) todos estos dispositivos disciplinarios son concebidos además como dispositivos normalizadores (PP,116)]...[Foucault establece cuatro características de los dispositivos disciplinarios que lo diferencian de los dispositivos de soberanía: implican una captura (*prise*) total del cuerpo y de sus gestos, están orientados hacia el futuro, las diferentes jerarquías y los desplazamientos entre ellas no implican ninguna discontinuidad, y, para finalizar buscan hilvanar (*épingler*) la función-sujeto sobre el cuerpo. El objetivo de los dispositivos disciplinarios es producir cuerpos políticamente dóciles, es decir, obedientes, y económicamente rentables (Castro, 2018,132)

discursivo, al ser sus elementos mucho más heterogéneos (Foucault, 1985, 131).

Sin haber entregado una definición propiamente tal de dispositivo, Foucault en una entrevista de 1977, respecto del libro “Historia de la sexualidad”, en donde ubica esta realidad como un nuevo objeto histórico de estudio, que se aparta de la biología e ideas de costumbres, con las que tradicionalmente se aborda el tema en cuestión, plantea la noción de un “dispositivo de sexualidad”, por lo que se le consulta: “¿Cual es para ti el sentido y la función metodológica de ese término: dispositivo? (cf. Foucault,1985)”, ante lo cual entrega una descripción, donde trata de ubicar este término

Lo que trato de situar bajo ese nombre es, en primer lugar, un conjunto decididamente heterogéneo, que comprende discursos, instalaciones arquitectónicas, decisiones reglamentarias, leyes, medidas administrativas, enunciados científicos, proposiciones filosóficas, morales, filantrópicas; en resumen: los elementos del dispositivo pertenecen tanto a lo dicho como a lo no dicho. El dispositivo es la red que puede establecerse entre estos elementos (Foucault, 1985, 128).

Con lo anterior Foucault, establecerá que un dispositivo es la red que puede establecerse entre los diversos elementos discursivos o no, en la que se generara un juego de cambio en sus posiciones y de modificaciones de sus funciones, es decir: “lo que querría situar en el dispositivo es precisamente, la naturaleza del vínculo que puede existir entre los elementos heterogéneos (cf. Foucault,1985)”. Pero también sitúa al dispositivo como un fenómeno sociológico histórico destinado a responder a un conjunto de urgencias epocales, desde una posición de dominación estratégica

El dispositivo tiene pues una posición estratégica dominante. Esta pudo ser, por ejemplo, la reabsorción de una masa de población flotante que a una sociedad con una economía de tipo esencialmente mercantilista le resultaba embarazosa: hubo ahí un imperativo

estratégico, jugando como matriz de un dispositivo, que se fue convirtiendo poco a poco en el mecanismo de control-sujección de la locura, de la enfermedad mental, de la neurosis (Foucault, 1985, 129).

Para ahondar en el concepto de dispositivo, Gilles Deleuze nos ayuda a comprender el sentido que tenía para Foucault el uso de este término dentro de su filosofía. Para Deleuze, el dispositivo (y su conjunción con la episteme) es básicamente una máquina que determina las condiciones de decidibilidad y visibilidad en ciertos contextos históricos determinados, es así que lo definirá como una máquina que hace ver y hace hablar. En palabras del autor

El *diagrama* ya no es el archivo, auditivo o visual; es el mapa, la cartografía, coextensiva a todo el campo social. Es una máquina abstracta. Se define por funciones y materias informales, ignora cualquier distinción de forma entre un contenido y una expresión, entre una formación discursiva y una formación no discursiva. Una máquina casi muda y ciega, aunque haga ver y haga hablar (Deleuze, 2015, 61).

Su funcionamiento se acopla a determinados regímenes históricos que asignan o reparten lo que se ve y lo que se enuncia, al generar o hacer desaparecer los elementos de un dispositivo, de manera tal que no existen fuera de esos ordenes, ya que las funciones sociales y las formas de exterioridad son condiciones que crean una realidad histórica: “la forma de lo visible es la condición de las visibilidades, la forma del lenguaje es la condición de los enunciados (cf. Deleuze, 2018)”. Es decir:

Una formación histórica deriva de una manera en la que la luz cae, de una manera en la que *hay* lenguaje, y de una manera en la que se entrelazan los enunciados del lenguaje y las visibilidades de la luz. Solo pueden definir una formación histórica secundariamente, cuando asignaron un estrato, estrato que está constituido por un entrelazamiento. De allí la importancia, una vez más, del principio histórico que hemos visto: la formación histórica dice todo lo que

puede decir y ve todo lo que puede ver. No hay nada más que ver nada más que decir. Decimos siempre todo lo que podemos, y vemos siempre todo lo que podemos ver (Deleuze, 2018, 220)

Con lo anterior vemos al dispositivo como un elemento inscrito en un orden histórico determinado que va formando una red de poder, saber y subjetividad.

Para comprender y ahondar en el término en cuestión, G. Agamben nos propone dividir todo lo que existe en dos grandes grupos las sustancias vivientes y los dispositivos donde las primeras son capturadas para poder gobernarlas y guiarlas a ciertos objetivos, usando ambos componentes elabora una definición de dispositivo:

Generalizando aún más la ya amplísima clase de los dispositivos foucaultianos, llamaré dispositivo literalmente a cualquier cosa que de algún modo tenga la capacidad de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar y asegurar los gestos, las conductas, las opiniones y los discursos de los seres vivientes. Por lo tanto, no sólo las prisiones, los manicomios, el Panóptico, las escuelas, la confesión, las fábricas, las disciplinas, las medidas jurídicas, etc., cuya conexión con el poder de algún modo es evidente, sino también la pluma, la escritura, la literatura, la filosofía, la agricultura, el cigarrillo, la navegación, las computadoras, los teléfonos celulares y -por qué no- el lenguaje mismo que, quizás, es el más antiguo de los dispositivos, en el que miles y miles de años atrás -probablemente sin darse cuenta de las consecuencias a las que se enfrentaba- un primate tuvo la inconciencia de hacerse capturar (Agamben, 2014, 18).

Con todo lo visto anteriormente nos preguntamos: ¿los dispositivos descritos por Foucault y Agamben pueden ser interpretados como maquinas que producen subjetividades en las masas?, y por ello, tratan de atar a los sujetos a una cierta manera de pensar, sentir y ver la realidad a través de un efecto de saber y poder. Pero no hablamos de aquellas maquinas entendidas como reproductoras del mismo mecanismo y siempre con igual resultado, sino más bien como entidades que siempre se están reconfigurando a sí mismas, creando distintos tipos de subjetividades para cada sociedad y tiempo histórico. A manera de un proceso que va representando una forma diferente de construir la realidad, y que se caracteriza por un entramado de sistemas complejos unidos por relaciones simbólicas de poder,

las que, al estar insertas en un momento histórico dado determinaran los límites de la experiencia humana en ese contexto histórico creando diferentes subjetividades serviles a la lógica imperante en el sistema cultural que engloba dichas relaciones, en el caso del sistema capitalista estas relaciones crearán subjetividades serviles al mercado. Al respecto el pensador italiano M. Lazzarato, en un texto escrito como epílogo denominado “La máquina”, para un libro de Gerald Raunig, nos plantea que:

El capitalismo no es un “modo de producción”; ya no es un sistema, sino un conjunto de dispositivos de *servidumbre maquínica* [*asservissement machinique*] y a la vez un conjunto de dispositivos de *sujeción social* [*assujettissement sociale*]. Los dispositivos son máquinas, sin embargo, como Gerald remarca siguiendo a Deleuze y Guattari, las máquinas ya no dependen de la *técnica*. La máquina tecnológica es sólo un caso de maquinismo. Hay máquinas técnicas, estéticas, económicas, sociales, etcétera (M. Lazzarato, 2006 *La máquina*, transversal.at).

Por cual el ser humano vive en “servidumbre” o bajo “sujeción” de las máquinas, como siervos somos piezas de ellas y le permitimos funcionar, y quedamos sujetos a ellas como seres de acción ya que somos sus usuarios. Para este pensador, la primera característica actúa sobre las relaciones no asignadas a los sujetos como los afectos, las sensaciones, los deseos, en cambio la sujeción actúa sobre la dimensión social del individuo, en sus roles y en sus funciones sociales.

Tenemos entonces que un dispositivo en su función específica conforma junto a otros dispositivos una red de saber y poder, la cual los articula, complementa y potencia como un elemento social productor de subjetividades, es decir un generador de entes sujetos a un discurso de orden que conforman una estructura de verdad social e histórica, que explicaría su aparición, reproducción y funcionamiento.

Es en el sistema de producción capitalista, donde mediante la sujeción social, se crea y distribuye roles y funciones, se genera una subjetividad y se asigna una

individuación específica (identidad, sexo, profesión, nacionalidad, etcétera), constituyendo al sujeto siguiendo las exigencias del poder. El capitalismo es en sí una máquina de subjetivación, que actúa a través de la economía otra potente herramienta subjetivadora, la cual mediante la servidumbre a la maquina por parte de los hombres, hace que el sistema capitalista considera a cada sujeto como parte de un conjunto productivo, relativizándolos como meras piezas de un mismo engranaje económico donde cada una de las subjetividades individuales aporta a la producción económica.

3.2. La mercancía como dispositivo en el marco de la relación deseo-poder-saber

La relación entre poder, saber y deseo no está referida a personas, partidos políticos, naciones o instituciones, sino al cambio de las relaciones entre las fuentes mismas del poder, vale decir las relaciones que surgen entre la violencia, la riqueza y el conocimiento términos que configuran la base de todo poder humano sobre la sociedad.

“Todos los hombres desean por naturaleza saber (cf. Aristóteles, 985^a s.f.)”. El saber no se inicia como impulso racional, sino más bien por una disposición interna: el deseo. El conocimiento es deseo, se desea saber y como seres curiosos los seres humanos deseamos saber incluso aquello que no deberíamos saber, y lo que se desea, se desea, porque nos da conocimiento, esta radicalidad del deseo, es decir el deseo como saber y conocimiento del otro y su entorno se ha ido develando en ciertas prácticas sociales, como: la disciplina militar, la confesión al sacerdote católico, la consulta al médico, las cámaras de vigilancia, el orden penitenciario, etcétera. Todos mecanismos destinados a obtener un saber máximo de la vida de las personas y que se han ido perfeccionando a través de la historia, es en esta línea que Foucault realizó sus estudios genealógicos buscando el cómo se revela el deseo de saber en la vida de las personas.

Por lo anterior, Foucault establece que toda voluntad de poder es alentada por una voluntad de saber¹⁹ y una voluntad de verdad

Lo cual quiere decir, para Foucault, que todo saber es fundamentalmente una práctica. En efecto, el saber está hecho de prácticas: prácticas de visibilidad, prácticas de enunciados. O, si prefieren, prácticas discursivas -los enunciados- y prácticas no discursivas -las visibilidades- (Deleuze, 2018,44)”

El saber entrega un poder único, y ser consciente que este saber es impulsado por el deseo, genera un poder sobre el deseo, es decir un poder sobre el saber mismo, dicho de otra manera, deseamos saber porque ese saber otorga poder; otorga dominio sobre aquel del cual se tiene conocimiento. Desde este punto siguiendo a Foucault, tendremos que lo que se va conformando como verdad “es la combinación de lo visible y de lo enunciable (cf. Deleuze, 2018)”, vale decir que lo que se conoce como lo verdadero, lo que entendemos como verdad “es inseparable de las practicas que la producen (cf. Deleuze, 2018)”.

Las relaciones que entran el saber y el poder sobre los sujetos y sus estructuras sociales no paran nunca de entrelazarse, creando entramados desde y en las estructuras iniciales, pero no como mero capricho, sino que con propósito.

¹⁹ Para Foucault el saber es: “aquello de lo que se puede hablar en una práctica discursiva que así se encuentra especificada: el dominio constituido por los diferentes objetos que adquirirán o no un estatuto científico (el saber de la psiquiatría, en el siglo XIX, no es la suma de aquello que se ha creído verdadero; es el conjunto de las conductas, de las singularidades, de las desviaciones de que se puede hablar en discurso psiquiátrico); un saber es también el espacio en el que el sujeto puede tomar posición para hablar de los objetos de que trata en su discurso (en este sentido, el saber de la medicina clínica es el conjunto de las funciones de mirada, de interrogación, de desciframiento, de registro, de decisión, que puede ejercer el sujeto del discurso médico); un saber es también el campo de coordinación y de subordinación de los enunciados en que los conceptos aparecen, se definen, se aplican y se transforman (a este nivel, del saber de la historia natural, en el siglo XVIII, no es la suma de lo que ha sido dicho, sino el conjunto de los modos y los emplazamientos según los cuales se puede integrar a lo ya dicho todo enunciado nuevo); en fin un saber se define por posibilidades de utilización y de apropiación ofrecidas por el discurso (así, el saber de la economía política, en la época clásica, no es la tesis de las diferentes tesis sostenidas, sino el conjunto de sus puntos de articulación sobre otros discursos o sobre otras prácticas que no son discursivas). Existen saberes que son independientes de las ciencias (que no son ni su esbozo histórico ni su reverso vivido), pero no existe saber sin una práctica discursiva definida; y toda práctica discursiva puede definirse por el saber qué forma (Foucault, 2022,237-238)

Para ello el poder se valdrá de los llamados dispositivos de control o poder, los cuales se relacionarán con los individuos o el colectivo social con el objeto y el objetivo de definir que: “distingue lo normal de lo anormal; se asigna, busca asignarse medios de corrección que no son exactamente medios de castigo, sino medios de transformación del individuo, toda una tecnología del comportamiento del ser humano (cf. Foucault, 2014)”.

Foucault, nos ofrece interpretaciones de las relaciones históricas de los diferentes dispositivos de poder o control, aclarando que entre ellos no hay una sucesión histórica de diferentes dispositivos sino más bien una simultaneidad de ellos, y que lo que va cambiando de una época a otra, es la forma de relacionarse entre ellos, y en este marco de relaciones, cual de estos dispositivos cumplirá la función dominante. Estos dispositivos adquieren en la modernidad, por razones políticas y económicas una mayor relevancia, convirtiéndose en una necesidad para gobernar las multiplicidades poblacionales, ordenándolas y ajustándolas tras un objetivo de producción y consumo. El autor distinguirá entre dispositivos de seguridad y dispositivos disciplinarios. El primero de los cuales es esencialmente un aparataje destinado a “normalizar” la relación de los individuos con lo establecido como norma social por parte del sistema de poder, y que es más amplio que la mera ley. En cambio, el segundo tipo de dispositivo está destinado a “normar” la relación de los sujetos con el entramado social y por ello son anteriores a lo que se pueda definir como normal o anormal, estos dispositivos parten desde un modelo determinado que ha sido establecido en función de los objetivos a alcanzar. El autor relacionará más directamente, a los dispositivos de seguridad y a su formación, con la biopolítica, ya que estos como elementos característicos de la época contemporánea enmarcaran las conductas no deseadas en área de acontecimientos probables, lo que los obliga a funcionar y operar considerando lo incierto de los acontecimientos futuros, a diferencia de los dispositivos disciplinarios que se adaptan a una norma externa establecida con anterioridad. Los dispositivos de seguridad deben seguir una tendencia general que les será propia. Con lo anterior Foucault hará notar que las sociedades modernas no son simples

sociedades de disciplinamiento sino más bien sociedades de normalización vale decir sociedades donde el poder tiene un funcionamiento que persigue una finalidad, la de producir sujetos útiles y dóciles, es decir: “aumentar la fuerza económica del cuerpo al mismo tiempo que se reduce su fuerza política (cf. Castro, 2023).

Debemos considerar que, en cada época, el ser humano ha construido sus propios discursos ideológicos, los cuales por ser construcciones humanas reflejan los discursos y saberes a partir de los que los individuos y la sociedad como tal se relacionaran con el poder en un determinado momento y que serán tan variables como lo sean los discursos en los que se apoyan. A su vez el poder, en su dimensión política debemos entenderlo como una cualidad humana que recae sobre un sujeto en particular, entendido este como individuo o especie, y las relaciones de poder moldean sus comportamientos para que encaje en la sociedad, pero también para modelarlo como fuerza útil y productiva para ella

Todo eso está profundamente ligado al desarrollo del capitalismo, y me refiero a que para este no fue posible funcionar con un sistema de poder político en cierta forma indiferente a los individuos.][Llegó un momento en que fue preciso que cada cual fuera efectivamente percibido por el ojo del poder, si se aspiraba a tener una sociedad de tipo capitalista, es decir, con una producción que fuera lo más intensa posible, lo más eficaz posible; cuando, en la división del trabajo, fue necesario que hubiera personas capaces de hacer esto y otras de hacer aquello, cuando apareció también el miedo de que movimientos populares de resistencia, de inercia o de rebelión derrocaran todo ese orden capitalista que estaba naciendo, fue menester entonces una vigilancia precisa y concreta sobre todo los individuos (Foucault, 2014, 36).

Es sobre este cuerpo, como sujeto político, donde recae el discurso o saber, así como las materializaciones de dicho saber, dadas en forma de instituciones, reglas, procedimientos y organizaciones entre otras con lo cual se perfecciona el enlace del poder sobre los sujetos encauzando las conductas humanas individuales y colectivas de forma tal que se controla al sujeto y objeto de dicho cuerpo con el fin de cumplir los objetivos que le son propios al discurso del poder en un momento histórico determinado, de esto podemos deducir que el ser humano no es, ni ha sido

soberano de su vida, ella le es ajena en la medida que es fijada y dirigida por el poder y el saber, y mediada para tal fin por los dispositivos de control de los cuales se valen los discursos ideológicos para conseguir sus objetivos²⁰.

Las herramientas del quehacer político que controlan la vida o muerte del sujeto político individual o colectivo son los llamados dispositivos de control, los cuales median en las relaciones entre el cuerpo individual o colectivo y los objetos vida o muerte. Es en este punto donde Foucault aborda el tema desde la perspectiva de un poder que ya no actúa soberanamente sobre el hacer morir o dejar vivir en función relacional a la categoría de represión, sino más bien de un poder de hacer vivir y dejar morir, el denominado biopoder que se encuentra en una función relacional con la categoría de soberanía

Mientras que el poder soberano expone la vida a la muerte, el biopoder, en cambio, se ejerce de manera positiva sobre la vida, busca administrar y aumentar sus fuerzas para distribuirlas en un campo de valor y utilidad (Castro, 2023,162)”

Para referirse al biopoder Foucault establece una secuencia histórica a partir del siglo XVIII que es cuando se configura la biopolítica, término al cual el autor no

²⁰ Según lo manifiesta Foucault: “con la población tenemos algo muy distinto de una colección de sujetos derecho diferenciado por su estatus, su localización, sus bienes, sus responsabilidades, sus oficios; [tenemos]* un conjunto de elementos que, por un lado, se inscriben en el régimen general de los seres vivos, y por otro, ofrecen una superficie de agarre a transformaciones autoritarias, pero meditadas y calculadas. La dimensión por la cual la población se incluye entre los demás seres vivos es la que se va a ponerse de manifiesto y la que se sancionará cuando, por primera vez, se deje de llamar a los hombres “el género humano” y se comience a llamarlos “la especie humana”. A partir del momento en que el género humano aparece como especie en el campo de la determinación de todas las especies vivientes, puede decirse que el hombre se presentará en su inserción biológica primordial. La población, entonces, es por un extremo la especie humana y, por otro, lo que llamamos público. La palabra no es nueva, pero el uso sí lo es. El público, noción capital en el siglo XVIII, es la población considerada desde el punto de vista de sus opiniones, sus maneras de hacer, sus comportamientos, sus hábitos, sus temores, sus prejuicios, sus exigencias: el conjunto susceptible de sufrir la influencia de la educación, las campañas, las convicciones. La población, en consecuencia, es todo lo que va a extenderse desde el arraigo biológico expresado en la especie hasta la superficie de agarre presentada por el público. De la especie al público tenemos todo un campo de nuevas realidades, nuevas en el sentido de que, para los mecanismos del poder, son los elementos pertinentes, el espacio pertinente dentro del cual y con respecto del cual se debe actuar (Foucault,2018,101-102)”

lo definió como tal, sino más bien lo abordó como la gestión por parte del poder de la población desde diferentes aspectos. Podemos obtener una idea más clara, a lo que se refería por biopolítica, cuando en el ámbito de las formaciones discursivas respecto a la medicina, Foucault escribe:

Estos campos están constituidos por la masa de la población administrativamente marcada y vigilada, estimada de acuerdo con ciertas normas de vida y de salud, analizada de acuerdo con formas de registro documental y estadístico; están constituidos también por las instituciones de asistencia hospitalaria que han sido definidas, a fines del siglo XVIII y comienzos del siglo XIX, en función de las necesidades económicas de la época y de la situación recíproca de las clases sociales (Foucault, 2022, 214).

A partir de ello, este nuevo tipo de poder buscara y tratara a la “biopolítica” como gestión de la vida biológica de la población (cf. Castro, 2018), estudio que Foucault realiza desde:

Cuatro ángulos diferentes: el surgimiento de la medicina social, el derecho soberano, la transformación de la guerra de razas y la aparición de la gubernamentalidad liberal. Más allá de los matices de cada uno de estos enfoques, en todos ellos se trata siempre de la gestión de la vida biológica de la población por parte del Estado (Castro, 2018, 63).

Es a partir de este enfoque, que las relaciones reciprocas entre el sujeto individual o colectivo y los objetivos de vida y muerte del biopoder son clasificadas por el autor de acuerdo a la finalidad perseguida, así cuando un individuo se relaciona con un objetivo de vida se denominara “anatomopolítica”, cuando este mismo tipo de relación se establece entre el sujeto colectivo se hará referencia a la “biopolítica”, y finalmente cuando la relación es entre un sujeto individual o colectivo y el objetivo de muerte nos referiremos a la “tanatomopolítica”. Sin embargo, Foucault no pretendió establecer una teoría general del poder, sino más bien bosquejar el devenir del poder en las relaciones sociales, es decir como el poder

pasa, por donde pasa, entre quienes, de acuerdo con que procedimientos y cuáles son sus efectos, estudio la manera en que los mecanismos de poder, al ser causa y efecto de las relaciones de poder, se entrelazan y definen, modifican, perturban, les dan consistencia y coherencia a las relaciones sociales de producción y de familia otorgándoles una especificidad única, la que estará definida por la conducta de los individuos o grupos respecto de dicho tipo de relación. Por lo tanto, el ejercicio del poder para Foucault es dirigir la conducta de individuos o grupos sociales, y lo ejercerán aquellos que disponen de una batería de conductas posibles.

Junto a la nociones de biopolítica y biopoder se establece un término fundamental a la hora de precisar la dirección y aplicación de los mecanismos de poder, y es la noción de población dando origen a un nuevo “sujeto-objeto”, que en su configuración depende de muchas variables, que van desde el clima, pasando por su entorno material y comercial, hasta sus valores morales y religiosos, y en el cual los efectos de esas variables no puede ser modificados a través de leyes o decretos, y sin embargo pueden ser administrados y dirigidos por medio de los dispositivos de seguridad pues:

Se le considerara como un conjunto de procesos que es menester manejar en sus aspectos naturales y a partir de ellos (Foucault, 2018, 93)

Por lo cual, el poder actuará efectivamente sobre la población a través del juego de una serie de factores y elementos alejados de la población misma y de su comportamiento inmediato, perfilando una técnica de saber mediante el cálculo, el análisis y la reflexión que influirá sobre esas cosas aparentemente ajenas a la población pero que actúan en forma concreta sobre ella. En la población, a pesar de estar formada por individuos perfectamente diferentes unos de otros y cuyo comportamiento no se puede prever con exactitud:

Hay al menos un invariante por el cual, tomada en su conjunto, ella tiene y sólo puede tener un único motor de acción. Ese motor de acción es el deseo (Foucault, 2018,96)

Esta característica es un elemento natural que marca a la población, y define los artificios posibles de los que dispondrán los medios, y a partir del cual será posible gobernar a dicha población. Sin embargo, el deseo se presenta como algo impreciso, confuso, una suerte de fuerza primaria a la que de alguna forma los medios dominantes tratan de canalizar y modelar para alejarla del mero placer y llevarla a la realidad de la eficiencia económica.

No obstante, el deseo se puede tomar como:

Todas las formas de voluntad de vivir, de crear, de amar; a la voluntad de inventar otra sociedad, otra percepción del mundo, otros sistemas de valores (Guattari & Rolnik, 2006, 255).

A pesar de que las concepciones dominantes de la sociedad definen el deseo en términos colectivos “de una manera nefasta: un flujo que tiene que ser disciplinado, de modo que pueda instituirse una ley para establecer su control (cf. Guattari & Rolnik, 2006)”, esta pulsión nunca es una energía indiferenciada, sino por el contrario “es siempre el modo de producción de algo, el deseo es siempre el modo de construcción de algo (cf. Guattari & Rolnik, 2006).

Para Foucault el deseo, la muerte y el lenguaje, este último “aparecería como el lugar en donde se producen nacimientos prodigiosos, y otras cosas que aún no conocemos (cf. Foucault, 1973), se ubican en los confines de lo representado por los individuos o grupos sociales, en un inconsciente real que no necesita a la conciencia. Serán las ciencias humanas, que para Foucault están en la intersección entre las ciencias empíricas (la economía, la biología y la lingüística) y la filosofía, y que toman sus modelos referenciales desde las ciencias exactas, las que se conviertan a sí mismas en intérpretes de los objetos y de la realidad del sujeto individual y social, al tener “la posibilidad de formaliza sus contenidos a partir de ellos mismos, sin necesidad de llevar a cabo una cuantificación matemática o estadística de sus resultados (cf. Castro,2023), las ciencias humanas quedan situadas en las practicas subjetivas ya que dejan al hombre como “objeto del saber y sujeto que conoce”, esta posición ambigua ubica al sujeto individual y social en un espacio fragmentado donde cierto poderes sutiles pero económicamente eficaces

fueron constituyendo una población en la cual construir y mantener el correlato privilegiado de los mecanismos de poder. En el caso de la economía “reclamará el derecho a ser tomada en cuenta por un gobierno que deberá amoldar sus decisiones a ella (cf. Foucault, 2018)”, ya que pone de manifiesto la existencia de ciertos fenómenos y procesos que se producen en función de ciertos mecanismos inteligibles que pueden ser contrariados o semi ocultados por ciertas formas gubernamentales, pero nunca podrán evitarse o suspenderse total o definitivamente, y es así como en su sentido moderno el ejercicio del poder se manifestara en lo que hoy conocemos por economía,

Porque el arte de gobernar es precisamente el arte de ejercer el poder en la forma y según el modelo de la economía (Foucault, 2018, 121).

Pero la economía “es algo que no existe y que, no obstante, está inscrito en lo real, correspondiente a un régimen de verdad que divide lo verdadero de lo falso (cf. Foucault, 2023)”. Este régimen o lugar de verdad para la economía se da históricamente en el mercado, que para Foucault era un lugar de justicia un lugar de jurisdicción, ya que estaba revestido de una reglamentación muy abundante y estricta respecto a las transacciones y fabricaciones de objetos, orígenes de estos objetos, derechos a pagar, procedimientos de venta y fijación de precios, era un lugar donde por medio de las reglas de mercado operaba una justicia distributiva, en resguardo del comprador, y que actuando naturalmente permitirá encontrar un precio adecuado entre costo de producción y amplitud de demanda. Sin embargo, para la economía esta relación entre el precio y el valor de los productos debe revelar algo semejante a la verdad que permita discernir entre las prácticas de gobierno las que son correctas de las que son erróneas, transformando al mercado en un lugar de “veridicción”, es decir un lugar de verificación y falseamiento de las prácticas de gobierno. Este papel de veridicción será el que le entregue a la economía la posibilidad de ser real e inteligible, de mostrar sencillamente que es posible, con lo cual ella generara mecanismos propios para analizar la producción y el mercado, pero debemos tener presente que,

Esta concepción de los mecanismos del mercado no es el mero análisis de lo que sucede. Es a la vez un análisis de lo que sucede y una programación de lo que debe suceder (Foucault, 2018,61).

Con ellos la economía buscara escapar a su representación de mero control de un gobierno y transformarse en un intermediario entre la realidad y lo imaginario de los sujetos individuales o sociales. Es en este punto, donde las sociedades de producción capitalista introducirán, en el mundo de la verdad económica capitalista, estrategias de integración, condiciones de acumulación, urgencias económicas, y en el centro de todo ello una estrategia de crecimiento sin límites en donde todo es racional y real, salvo el propio capital, el cual, como pensaba Marx, desplaza constantemente los límites que el mismo crea en respuesta a todo aquello que representa una amenaza para el beneficio y la propiedad, transformando rápidamente los valores políticos y sociales en valores económicos.

Retomando a Foucault, en su recorrido desde la episteme al dispositivo, la historia de los sujetos va cambiando de estilo, metodología y objetos de ella, en el desarrollo de esta historia y las practicas allí estudiadas, los sujetos no aparecen como demandantes de su creación, sino más bien como efecto de la constitución de ellas, es así como en el sistema de producción capitalista se buscara una nueva subjetivación a escala internacional por medio de una suerte de formación o reciclaje permanente del sujeto económico al considerar “la producción de subjetividad como materia prima de la evolución de las fuerzas productivas (cf. Guattari & Rolnik, 2006)”, entendiendo que “la producción de subjetividad tal vez sea más importante que cualquier otro tipo de producción (cf. Guattari & Rolnik, 2006)”. Tendremos entonces que el sistema capitalista a través del dispositivo económico buscara una subjetivación permanente, transformando el deseo individual desde el inconsciente, sosteniendo que las cosas son y el deseo desea, o negando la existencia de las cosas afirmando el deseo por deseo, sustentado dicha pulsión, en un inconsciente real que no necesita a la conciencia, ya que:

Es la producción de subjetividad capitalística la que tiende a individualizar el deseo y cuando sale victoriosa en esa operación toda

posible acumulación procesual se disuelve. Se instaura un fenómeno de serialización, de identificación, que se presta a toda suerte de manipulaciones por parte de los equipamientos capitalísticos (Guattari & Rolnik, 2006, 274).

Esta individualización del deseo, realizada por el capitalismo desplegara en su agenciamiento una verdadera máquina con la que pondrá e impondrá en la sociedad la relación consumo–mercancía, buscando convertir a estas últimas, desde cosas destinadas al consumo en relaciones entre cosas, invirtiendo las relaciones entre los sujetos humanos, con el fin de que las relaciones de poder puedan incorporarse continuamente en la objetividad del capital. El capital busca a través de la técnica de la mercancía una:

Relación esencial con lo que, a través del imaginario, es decir, de la fantasía, y a través de la fantasía, del inconsciente, trans-forma el material pulsional mientras lo religa (Stiegler, 2016,22).

Esta máquina relacional tiene por finalidad que el poder de compra generado por el empleo controle la realidad del trabajo, que la mercadotecnia establezca en la sociedad una realidad de corto plazo y que cualquier forma de saber no productiva o consumida pase a ser sospechosa, creando así nuevas realidades económicas, y nuevas posibilidades de sublimación. Pero, la mercancía extendida a todos los ámbitos de los sujetos termina transformando todo en necesidad, es decir en mera subsistencia, liquidando el deseo y todos aquellos otros fines culturalmente aceptables.

3.3. La mercancía y la pasión: la mirada de Fourier y Klossowski

Las sociedades de producción capitalista plantean que todos los fenómenos, ya sean humanos o naturales son susceptibles de explotación, es decir sujetos a las variaciones de precio y valor. Es así como el capitalismo busca en función del

consumo masivo estandarizar las experiencias humanas. Debemos entonces preguntarnos ¿cómo esta estandarización impuesta por el mercado afecta las identidades y capacidades de los individuos?

Es mediante la creación de un mundo sugerido que el mercado va determinando la necesidad en forma técnica, buscando con ello que la percepción humana en base a su facultad de imaginación no adecue su actuar en el mercado a una aspiración pasional propia basada en la autonomía de la voluntad del ser humano, sino más bien a lo que la producción le ofrece en un tiempo y espacio determinado creando una sumisión real a las mercancías en general. Pero ¿de donde viene la idea de sugerir un mundo donde los sujetos interactúen, bajo ciertas reglas económicas? Esta noción surge a partir de los análisis económicos que realiza el sistema capitalista al comportamiento humano en la realidad del trabajo, espacio donde se relaciona la búsqueda de ciertos fines mediante medios escasos y con usos mutuamente excluyentes. Esto coloca al trabajo humano, como un mero engranaje dentro de la racionalidad con que operan los sujetos en la vida diaria, ante lo cual el dispositivo económico capitalista establece que

El problema de la reintroducción del trabajo en el campo del análisis económico no consiste en preguntarse a cuánto se compra, qué produce esto desde un punto de vista técnico o cuál es el valor agregado por el trabajo. El problema fundamental, esencial o en todo caso primario que se planteará cuando se pretenda hacer el análisis del trabajo en términos económicos será saber cómo utiliza el trabajador los recursos de que dispone (Foucault,2023,207)

Conociendo la respuesta al que y como utiliza el trabajador sus recursos ¿cuál es la función que tiene la generalización del mercado en la forma mercancía? Recurriremos nuevamente a Foucault

Por un lado, se trata, desde luego, de multiplicar el modelo económico, el modelo de la oferta y la demanda, el modelo de la inversión, el costo y el beneficio, para hacer de él un modelo de las relaciones sociales, un modelo de la existencia misma, una forma de

la relación del individuo consigo mismo, con el tiempo, con su entorno, el futuro, el grupo, la familia (Foucault, 2023, 220)

Cabe preguntarse entonces si ¿esta máquina económica que opera en el dispositivo económico busca otro fin, más allá del mero intercambio comercial? Percibimos que la figura mercancía busca limitar las fantasías de los sujetos, ya que, mediante la publicidad y manipulación de los medios afines a la ideología dominante del capital, acentúa y refuerza el poder del mercado capitalista. Con lo cual impone de cierta forma, la pérdida o desposesión del carácter individual de cada sujeto, el que se verá impactado, sometido y manipulado en sus deseos, al vivir siempre pendiente de lo que el mercado le define, construye o destruye social y culturalmente.

Para profundizar un poco más al respecto, recurriremos a dos pensadores franceses. El primero, Charles Fourier, quien capto como ningún otro las quimeras ocultas, contradicciones y confusiones reinantes en la producción capitalista, como elementos explicativos centrales de las crisis de sobreproducción de mercancías, al observar que la pobreza surge de la misma abundancia y que la miseria de las masas coexiste con el lujo de las minorías, es por ello que dicho autor propuso una organización social donde convergieran e interactuaran sin contraposición la libertad y la necesidad de los seres humanos a través de lo que denomina “atracción apasionada”, esta nueva posición consiste en pensar un orden social que respeta el desarrollo de las pasiones humanas, no en su represión. Según este pensador el caos social es causado por las instituciones civilizadas ya sean políticas, económicas y familiares que establecen sistemas que atentan en contra de la felicidad del ser humano, y que la naturaleza impulsiva del individuo está perfectamente estructurada en el libre ejercicio de sus pulsiones pasionales.

Así pues, dejemos de pensar que los niños y los hombres tienen vicios. No es así. Tienen pasiones que la Civilización no es capaz de desarrollar y de orientar hacia el bien. Por el contrario, eclosionan y se dirigen hacia el mal, y a partir de ese momento los

pedagogos y legisladores claman para reformar y corregir las pasiones (Fourier,2016,195)

Fourier clasifico las pasiones en tres grandes grupos: pasiones sensitivas, que aspiran al lujo interno y externo, pasiones sociales, que son afectivas y de formación de grupos, y pasiones distributivas o mecanizantes, que son las llamadas a estructurar socialmente a las pasiones de los dos primeros grupos. Estos grupos interactuaran y se estructuraran guiados de acuerdo con las pasiones distributivas, en busca de la armonía de las pulsiones individuales o grupales, lo que traerá aparejado la libertad del sujeto, libertad entendida como proceso emancipatorio de la esclavitud del mundo real, basado en la necesidad o deseo de todos los integrantes de una sociedad. Invierte así la idea de que los efectos producidos por los impulsos naturales son puntuales en el espacio y tiempo, al definirlos como efectos de las distintas situaciones y relaciones sociales que surgen en la historia humana. La armonía se logra al eliminar el enfrentamiento entre los intereses individuales y los del grupo social, para lo cual Fourier propone educar las pasiones, ya que cualquier bloqueo de ellas, por presión, obligación o necesidad, decantara en un actuar desestabilizador sobre el cuerpo y “alma” del sujeto humano. Por lo tanto, las actividades del sistema político y económica, en Fourier, debiera ser motivado solo por la atracción.

Sin embargo, esta idea utópica choca con el sistema de producción capitalista, el cual en su expansión requiere de un trabajo subconscientemente coaccionado que lleve a un aumento en la competencia entre sujetos, apelando a su egoísmo como una pasión natural del hombre, buscando así un aumento en la producción y el consumo de mercancías. Esto provoca que las interacciones y vínculos sociales se relativisen, para formar y mantener al sujeto humano del capitalismo

En las sociedades capitalistas, buena parte de esta actividad, aunque no toda, tiene lugar fuera del mercado, en los hogares, los barrios y una infinidad de instituciones públicas, entre ellas

escuelas y guarderías; y buena parte de ella, aunque no toda, no adopta la forma de trabajo asalariado. Y, sin embargo, la actividad de reproducción social es absolutamente necesaria para la existencia del trabajo asalariado, la acumulación de plusvalor y el funcionamiento del capitalismo (Fraser, 2023,35).

Entonces debemos preguntarnos ¿cuál es el fin de la mercancía en las sociedades de producción capitalista? Al parecer no es solo un elemento de intercambio comercial. Es más, si nos detenemos a pensar por un instante en alguna cosa que carezca, al menos en apariencia, de valor de cambio, algo imposible de transar monetariamente, nos enfrentamos a la inexistencia de límites en la competencia desmedida por la obtención de satisfacción y de ganancia, tenemos entonces que prácticamente todo es mercancía generando con ello individuos y sociedades que desean más de lo que necesitan. En este punto es donde recurrimos al segundo pensador, Pierre Klossowski quien, en un pequeño texto, llamado *La Moneda Viviente* (1970), plantea una propuesta atrayente, para repensar a esta sociedad de producción capitalista que enaltece la producción y consumo de mercancías muy por encima de las necesidades y deseos.

Este autor sugiere que, entre los sujetos humanos con sus necesidades guiadas por sus pulsiones naturales en busca del goce de aquello que incluso no necesitan por no tener significado o sentido de vida, y el sistema capitalista en su búsqueda de la eficiencia en la producción de artículos comerciables como defensa de una economía que deviene en derroche y despilfarro, se genera un nuevo tipo de interrelación. Los sujetos demandantes desean y utilizan sus recursos en busca de instrumentos con el objeto de satisfacer su vacío o su deseo aparente, ante lo cual la producción capitalista de mercancías buscara entregar satisfacción a lo demandado mediante la prodigalidad en la producción de bienes que neutralicen esas fuerzas pulsionales que movilizan al ser humano.

La manera en que la industria se concibe a sí misma con sus innumerables técnicas llevaría a creer que ésta neutralizará las

fuerzas pulsionales por medio de la fabricación de objetos instrumentales, fabricables, utilitarios (Klossowski, 1998,26).

Sin embargo, en una sociedad que desea más de lo que necesita y que transita por zonas de lo apropiable o producible económicamente, el sistema capitalista por sus propias leyes, termina por provocar con su producción de mercancías la representación fantasmática de dichas fuerzas pulsionales dando origen a una nueva categoría de valor de uso, donde ya no hay nada más que ofertar o demandar, salvo el deseo que se manifiesta en cada individuo, y donde el valor de cambio estará establecido por el goce que se recibe.

La mercancía devenida en fantasma de las pulsiones naturales crea necesidades que se afirman y toman forma solo en los objetos que se fabrican, dividiendo al infinito las pulsiones originarias para reconducirlas a la pasividad de la sensación hedonista

En la perspectiva económica, las mismas condiciones de fabricación (esfuerzo, trabajo) quieren que el objeto fabricado y su consumo *marquen en el punto de no retorno en relación a la producción del fantasma* (esto es, una vez más, la oposición del esfuerzo a la emoción pura, a partir de la “necesidad”-consumo voluptuoso del objeto que ella elabora). Este punto de no retorno -no retorno al mundo impulsional- desemboca en la perspectiva económica de la producción utilitaria (Klossowski, 1998, 31-32).

El trastocamiento de las pulsiones que se da en los enunciados económicos del sistema capitalista, al generar nuevas necesidades mediante nuevas producciones busca el dominio de las emociones. Mediante la fabricación en serie, para hacer indiferenciable a la unidad, o la fabricación del mismo producto mediante diversos métodos para buscar lo particular o único en su género por un aumento en la calidad del mismo producto, la relación entre la emoción obtenida en el acto de adquisición, o por la cosa obtenida tan solo será de simulacro, de apariencia o puesta en escena de la verdadera emoción

Aparece en el dominio de la emoción lo que será el principio de nuestra moderna economía en su era industrial: el principio de la producción a ultranza, que exige un consumo a ultranza; fabricar productos destructibles, habituar al consumidor a perder la noción del mismo objeto durable. Producir, fabricar según determinado método un objeto en serie, responde aquí a una cualidad del acto ejercido indiferentemente sobre la cantidad de sus víctimas (Klossowski, 1998,29).

Klossowski retoma a Fourier, en la idea de este último autor de que las mercancías pueden dejar el juego de la oferta y demanda, al reducir el intercambio comercial de ellas con la sublimación del goce en la necesidad, haciendo desaparecer el aura atractiva de la mercancía del pago por poseer o experimentar. Ve en Fourier una forma de “puesta en escena” de la mercancía quitándole su realidad agresiva, ya que sería producto de una estructura lúdica, al ser generada en la euforia de la imaginación creadora de los individuos y destinada a saciar la agresividad voluptuosa mediante un juego organizacional de las pasiones, logrando que estas canalicen el fondo hedonista implícito en el deseo.

Al retomar a Fourier, nos sugiere un ejemplo contra las concentraciones del economicismo que nos presenta el sistema capitalista, buscando en ello que las pasiones y necesidades del sujeto humano ya no sean experiencias liquidadas o pagadas mediante la fuerza del trabajo o por el capital que se dispone, y que por el contrario se conviertan en una práctica constante de intercambio creativo de satisfacciones de carácter gratuito entre sujetos deseantes. Lo anterior reduciría la oferta de simulacros o fantasmas de placer y necesidad, entregado por un sistema de ofertas de bienes compulsivos concebidos para absorber y consumir los deseos y las pasiones mediante una lógica de sometimiento económico, con el fin de sublimar al sujeto individual o social.

Es en este punto donde se observa, que el dispositivo económico trastoca mediante la técnica de la mercancía las pulsiones naturales del ser humano, deseo

y pasión son encauzadas hacia una realidad alterada, con un fuerte reclamo a lo instintivo, a la cosificación de la realidad que el sujeto habita, puesto que:

La posibilidad de distinguir al hombre de lo animal pasa por un deseo que no sea deseo de cosa y que, por lo tanto, no sea un deseo que cosifique (Cadahia, 2017,76)

Por todo lo anterior es posible preguntarse si ¿el verdadero fin de la realidad mercancía es la eliminación de la pasión humana? ¿el transformar todo deseo humano, en un deseo de cosas? Es decir, la eliminación o sometimiento de todo aquello que represente las pulsiones naturales de los sujetos y que conllevan la satisfacción del intercambio recíproco entre iguales.

Para esto, el sistema de producción capitalista, mediante el aparato económico presenta ante los sentidos de los sujetos al deseo, que: “es la presencia de una ausencia, es la presencia en el sujeto de algo que él no posee (cf. Cadahia, 2017), como el acto que se debe realizar y satisfacer mediante el dispendio en todo objeto mercantilizado para que mediante esta operación los sujetos sientan que llenan sus vacíos y satisfacen sus deseos aparentes, reconociéndose nuevamente vivos y apasionados. Es por lo que los individuos se someterán subconscientemente al trabajo y al consumo desmedido en su afán de ser reconocidos en su individualidad, tanto humana como social.

La búsqueda de este reconocimiento hará que los sujetos vivan continuamente alienados en el trabajo y en su realidad social, tratando de satisfacer el deseo maquinado por el sistema capitalista. Por ello los individuos vivirán permanentemente en un mundo mercantilizado. Ante el cual pierden de vista la explotación a la que son sometidos, según lo anticipo Marx, cuando por su tiempo de trabajo reciben a cambio bienes y servicios que contienen en su elaboración menos tiempo que su propia jornada laboral, y cuyo valor viene dado por la forma en cómo se organiza la producción de dichos artículos.

Mediante la forma en que se organiza la producción de mercancías, estas serán presentadas a las personas con un aura fantasmagórico que no muestra la locura que habita en las cosas sin formar parte de ellas, la que se hace patente al

momento del intercambio para expresar el carácter social del trabajo humano revelando la relación de cosificación que constituye a la mercancía al hacer tangible la forma de producción capitalista, revistiendo a las cosas devenidas en mercancías en un halo de sensualidad que va más allá de los sentidos humanos, y que guiándose por un instinto especulativo transforma a la realidad en un espectáculo permanente, quitando a los sujetos individuales y sociales sus pulsiones naturales, para establecer un modelo de relaciones sociales y de existencia, en la cual

Una economía de la acumulación nos empuja a desear, pero veta el placer, y sobre todo abole el tiempo mismo para el placer, ya que todo nuestro tiempo debe ser gastado en competir, acumular, y por lo tanto desear, de manera virtual y sin fin (Berardi, 2022,188)

Conclusión:

Para F. Berardi, en su libro *“Autómatas y Caos”* (2020) “la violencia del absolutismo capitalista ha provocado la desconexión del cerebro del cuerpo colectivo”, lo que llevo a los estallidos sociales que se produjeron durante el año 2019 en todo el mundo. No obstante, el autor manifestaba su esperanza de que

Allá donde ese ciclo empezó, hoy podría acabar. En la marejada mundial de revueltas sin un plan, Chile parece ser el lugar donde más que en ningún otro podría tomar cuerpo una conciencia del contexto histórico a largo plazo y de las opciones políticas a adoptar en el futuro inmediato: reescribir la constitución desde abajo como una carta de los derechos políticos y, sobre todo, como una afirmación de la primacía de la sociedad sobre la empresa (Berardi, 2020,27)

Sin embargo, hoy sabemos que las cosas pudieron más, que nuestra sociedad no sabe vivir sin objetos devenidos en mercancías. No obstante, lo fallido del proceso de cambio político, resulta impactante cómo después del estallido social de octubre de 2019 en Chile, en la ciudad de Valparaíso, desaparecieron casi completamente las vitrinas y escaparates de exhibición de mercancías, situación

que se acrecentó con la pandemia. Volvíamos al siglo XIX donde el acto de compra era algo que se realizaba hacia el interior de los comercios, la gente ya no “tiene los ojos pegados a los cristales de los almacenes (cf. Benjamin,2016)”. Pero, como si nada, las mercancías multiplicaron su circulación aumentando su número en y a partir de un desastre que amenazaba la continuidad de la humanidad, solo cambio la forma de comerciar, la mercancía seguía intacta y más aguerrida en su lucha por conquistar la voluntad humana. ¿Qué motor las impulsaba, ya que aún a pesar de todos los cambios y desastres, el número de mercancías circulando aumentaba constantemente? ¿Qué hacía que surgieran formas nuevas de presentar y de intercambiar mercancías?, como si ya todo hubiese estado programado.

Al parecer el sistema de producción capitalista ya se prepara e imagina como va a seguir cuando no exista el ser humano, “es más fácil imaginarse el fin del mundo que el fin del capitalismo (cf. Fisher, 2016)”. El mercado de las mercancías comienza a ficcionar y especular acerca del futuro, reposando en máquinas y dispositivos tecnológicos la predicción de los cálculos de variables y el estimado de posibilidades de nuevas mercancías, su posible comercialización e intercambio. Por lo cual podemos inferir que, si no hay más humanos, estos aparatos podrán seguir especulando y comprando y vendiendo según su predicción.

Tenemos entonces que el sistema capitalista, prácticamente está realizando ciencia ficción. Los proyectos de producción capitalista se nutren de la ciencia ficción, a la que toman como motor para el fetichismo contemporáneo de las mercancías, por lo cual imaginan y crean las nuevas determinaciones sociales ideales en las cuales podrá seguir realizándose la producción mercantil. Realidad ya anticipada por M. Fisher cuando escribió que “no hace falta decir que lo que se considera “realista” en una cierta coyuntura en el campo social es solo lo que se define a través de una serie de determinaciones políticas (cf. Fisher, 2016)”. ¡qué gran disyuntiva para los escritores de ciencia ficción ya que el sistema capitalista usa este género para narrarse a sí mismo!

Nos encontramos en un escenario donde las redes sociales recopilan cada compra y cada elección de los consumidores, con la recolección de estos datos se

está distorsionando la realidad social a través de la publicidad, la que atiza las emociones de los sujetos, tratando de hacer imposible el entender el mundo real y buscando sustituirlo con fantasmas y espejismos. Estamos en un mundo dominado enteramente por las mercancías, encaminados hacia una distopía similar al mundo orwelliano, donde el mayor horror es el despojo y erradicación de ideas y sentimientos en el lenguaje, ya que el mayor enemigo es la realidad. Si nos olvidamos un momento de las torturas que sufre el personaje de G. Orwell en su libro “1984”, y vemos su suerte al final de su sufrimiento, tendremos prácticamente el mismo resultado esto es, sucumbir a lo que se nos presenta y conduce y confesar que “dos más dos es igual a cinco”, descubriendo que las mercancías pueden “meterse dentro de ti” y con ello “algo se muere dentro de tu pecho, quemado, cauterizado”, llegando a la misma realidad planteada por Orwell en su novela, la aniquilación del yo y la destrucción de la capacidad para reconocer el mundo real.

Chile, el país más largo del mundo muestra, en su geografía esta incapacidad de reconocer lo real cuando se busca aquello que se denomina crecimiento económico y que se presenta trasvertido en una sobre oferta de objetos mercantiles. Si viajamos de norte a sur por su rica geografía iremos apreciando la destrucción de nuestro hábitat en aras de una extractivismo económico que nos recompensará el sacrificio de nuestro entorno con la promesa del acceso a la última mercancía puesta en el mercado, y que nos hará imaginar que logramos un ascenso en el ranking de las economías del mundo. Sin embargo, las mercancías llamadas a ser consumidas y descartadas en un sistema de producción, que las reproduce hasta el hartazgo y, que implanta en ellas un halo de necesidad de su reemplazo cuando el aura del objeto se arruina, nos recuerdan que siempre estamos en camino de, pero nunca arribamos.

Entonces ¿qué sucede con aquellas mercancías que antes de su consumo son reemplazadas por nuevos objetos potenciados en su imagen y mejor adecuados al momento? W. Benjamin con su inteligencia fue capaz de captar este fenómeno de pérdida del aura en las mercancías cuando observar en la industria del cine el culto a las “estrellas”, en donde estas conservan “aquella magia de la personalidad,

pero reducida, desde hace ya tiempo, a la magia más bien averiada y propia de su carácter de mercancía (cf. Benjamin, 2018). Con lo cual se nos devuelve al mundo de pura mercancía que trata de explotar la magia de su fetichismo envuelta en residuos de su aura original. Nos encontramos pues en un mundo de restos que nos indican hacia el pasado, incorporando a este en la realidad presente, como un todo obsoleto y desusado que debe ser sustituido. Sin embargo, los residuos con su persistencia exigen ser reintegrados a la realidad presente, aunque inútiles, siguen su existencia fuera de las vidrieras como indicadores de fracasos pasados, demandando al presente en su condición de imagen presente.

El mundo de las mercancías nos trata de arrancar de la realidad y envolver en un presente unificado donde las subjetividades individuales y sociales responden a un único criterio de comportamiento, el económico. Donde la diferencia está marcada por quienes tienen y pueden consumir, de aquellos que apenas tienen para sobrevivir. Sin embargo, las mercancías residuales, los objetos indicadores de fracasos pasados nos devuelven a la realidad del momento presente.

Presente que nos trae a la realidad del consumo de aquellos objetos y productos que separan socialmente a los sujetos, entre quienes consumen lo que el sistema les permite, de aquellos que quieren distinguirse de la masa común ingresando a un círculo feroz de competencia, al cual se pertenece y se mantiene gracias a ciertos productos, que denominamos suntuarios, que pasan a ser signos exteriores de posición social.

Surge aquí, el dilema que podemos denominar como el de “la mercancía más preciosa”, nombre de una novela de Jean-Claude Grumberg. Puesto que un objeto cualquiera opera en el capitalismo como un objeto fetiche desde que necesitamos consumirlo. El fetichismo de los objetos viene dado por el valor de las cosas, y es tan cotidiano y evidente que incluso el carácter fetiche que asumen los productos del trabajo humano desde que se convierten en mercancías, queda velado ya que los actos de comprar y vender se asumen casi inconscientemente.

Siguiendo a Marx podríamos decir que son parte de la religión cotidiana que se origina en el capitalismo. Son tan obvios ambos actos que a nadie se le ocurre

preguntarse por qué las cosas valen, o por qué hay que pagarlas si se desea o necesita consumirlas. Este fetichismo de las mercancías corrientes solo se hace visible en todo su deslumbramiento con la aparición del fetichismo del dinero, que es la materialización del valor. Este fetichismo se expresa en el hecho de que el objeto una vez producido se hace ajeno a su productor, y termina alzándose frente a él como algo que lo determina en vez que sea él quien determina las cosas que produce. Realidad patente, sobre todo en el capitalismo donde se produce solo para vender y no para consumir.

Entonces ¿qué nos plantea el problema de “la mercancía más preciosa”? a la luz del fetichismo de las mercancías. Para referirnos a él, recurrimos a una reseña pequeñísima obtenida de la “nouvelle” homónima, que está escrita como un cuento, una fábula que nos permite mostrar esta relación entre un sujeto y una mercancía:

Había una vez una pobre leñadora y un pobre leñador asediados por el hambre, el frío, la guerra. Había una vez un rústico y gris tren de mercancías que iba y venía. Había una vez una pobre leñadora que clamaba para que el gris tren de mercancías le compartiera alguna de ellas para salvar el hambre, el frío, el desaliento. Había una vez un matrimonio judío, padres de gemelos, que en un rústico y gris tren de mercancías eran conducidos a su final. Hasta que hubo una vez en que ese padre decidió arrojar a uno de sus bebés desde el rústico y gris tren de mercancías, que era parte de la industria de la muerte, con la esperanza de que sobreviviese. Y hubo también una vez en que el tren escuchó los clamores de la pobre leñadora y le ofrendó la más preciosa de sus mercancías.

En la historia se nos hace patente la representación de que los sujetos solo observan el ir y venir del mundo de las mercancías, no conocen su interior, por lo cual desconocen y no perciben los engranajes que mueven a las mercancías en un sistema de producción capitalista. Los sujetos desean y sueñan con lo que les puede entregar el mundo económico-mercantil, asumen que el consumo de mercancías los hará ser y pertenecer a una realidad distinta y fuera de la que realmente viven, sin embargo, el valor final del objeto-mercancía que reciben, estará dado por la misma mercancía y la relación social que establece en su contacto con los sujetos, y se presentará a estos determinándolos en su quehacer y no como aquello que por ser producido por el trabajo de los mismos sujetos puede ser

determinado y definido por quienes lo producen, estamos pues en el mundo del puro fetichismo mercantil.

El deseo de los individuos, radicado en las mercancías ocupa una parte esencial en la vida diaria, pasando a convertirse en causa principal de ambiciones y frustraciones. Es así como esta red de objetos-mercancías opera sobre los individuos, ejerciendo su poder como una categoría política que alberga características de fetiche, de religión y de espectáculo asumiendo una forma similar al universo de las supersticiones religiosas. Es en este punto donde el sistema de producción capitalista como dispositivo político asume el poder, reviste a la servidumbre de los sujetos a las mercancías, con un rostro de plena libertad. El deseo individual convertido en acción de consumir es ciertamente una manifestación de libertad, pero es el sistema capitalista la que imprime su sello en dicha acción, otorgándole un carácter flexible (ya que constantemente se está reinventando), y radicando su poder justamente en dicha característica, pues esta le permite perdurar y conectarse a los fenómenos emergentes de cada época histórica o política. El sistema capitalista ejerce su poder sobre los sujetos mediante una suerte de sujeción pasional siempre sometida a la imaginación, de forma tal que su capacidad de acción es también la acción misma. Con lo anterior, el sistema propone la sujeción del deseo individual al deseo ajeno, no explicitando la impotencia en la autonomía de los sujetos, al proponer como válido, vivo y animado todo aquello que resta potencia al sujeto social o cuerpo colectivo, ideado una suerte de entendimiento, Foucault afirmó que el poder crea saber en el sentido de que crea un régimen de verdad, dándole al poder legitimidad, la que tranquiliza a quien ejerce dicho poder como al súbdito, de esta forma, mediante un eterno intercambio de condiciones y manifestaciones, el sistema capitalista ha ido estableciendo su poder y dominio sobre los individuos y grupos sociales.

Se define así una humanidad marcada por el consumo, que persigue alegría mediante el progreso económico y el trabajo, este último es más bien una forma de explotación, perpetuando el orden de producción capitalista sin contrapeso, ya que este trae la felicidad envuelta en mercancías, cuya síntesis es el dinero, y este

adquiere en la imaginación individual y social una intensidad especial ya que no se puede imaginar alguna forma de alegría que no esté acompañada por el tinte monetario. Sin embargo “es inevitable que haya aparatos de tristeza porque todo poder tiene necesidad de la tristeza. No hay poder alegre (cf. Deleuze, 2017)”, es así como el sistema busca potenciar la producción, sujetando a los individuos a una inacción que los arrincona y convierte en un ser asalariado con mínimas condiciones de potenciación, tratando de encontrar en el trabajo y el consumo su plenitud. Así al trastocar los deseos y necesidades de los sujetos, ya sea en forma individual o social, el sistema busca obediencia al orden de producción y reproducción capitalista, casi en una forma religiosa.

Benjamin, nos descubrió el carácter teológico del capitalismo, al mostrarnos que este ha logrado visibilizarse y mostrarse accesible a todos por cuanto se ha naturalizado y alcanzado todos los espacios sociales, incluso el espacio público donde el poder doctrinal del capitalismo ha invadido con su forma de ejercer el poder, el ámbito político-democrático, y es con este carácter que la mercancía se hace patente y nos rodea ostensiblemente, reforzando su hegemonía, con un discurso del bien moral y su ilusión de afectos y efectos de alegría. Para Marx esta realidad sería el establecimiento de una superestructura definida desde una base económica y material de la sociedad donde el fetichismo mercantil alterna los roles entre los sujetos y los objetos mercancías, de modo tal que los individuos ya no responden al papel de sujetos sino que al de objeto, y la mercancía pasa de su condición de objeto a ser sujeto, las cosas adquieren su autonomía y someten al sujeto individual y social a vivir en el mundo onírico de la mercancías. La sociedad es sometida al dominio de las mercancías, por esta suerte de trasposición entre sujeto y objeto, realidad que Marx aloja en el espacio económico cuando se refiere al fetichismo de la mercancía, ya que: “el “fetichismo” no es, por tanto, solamente una ilusión o un fenómeno de conciencia sino una realidad: la autonomización de las mercancías que siguen solamente sus propias leyes de desarrollo (cf. Jappe, 2014)”.

Con la operatividad de los dispositivos culturales, económicos y políticos, junto a un sistema de producción mercantil prácticamente convertido en religión las mercancías determinan los procesos sociales, por cuanto son ellas quienes mueven el desarrollo económico y “el espectáculo es el momento en el cual la mercancía alcanza la *ocupación total* de la vida social (cf. Debord, 2015)”. Momento en que los objetos se apropian del imaginario individual y social alterando los procesos de subjetivación y estableciendo nuevos paradigmas teóricos y especulativos limitados a la competencia del sistema capitalista, dando paso a la creación de una verdad sostenida en sí misma y en la eficacia de la mercancía como una técnica maquinica del sistema de producción capitalista.

En este punto radica finalmente, en cuanto dispositivo, que las mercancías en su calidad de fetiches en el sistema de producción capitalista, que actúa como una verdadera religión, y con el espectáculo de los objetos abarcando todo ámbito del tinglado social, crean la red que opera con lógicas de poder las que logran totalizar la esfera pública, alterando el deseo y saber que generan los individuos y la sociedad, creándoles a estos una incapacidad artificial en la cual el deseo y el conocimiento adquirido esta previamente delimitado, y toda su producción se ajusta y amolda a la reproducción del capital. Destacando un devenir conceptual de una maquina cuya técnica establece un dominio basado en el dispositivo económico, sobre todo acto realizado por los sujetos, tanto individuales como sociales. La mercancía actúa como una verdadera maquina persistente, una máquina virtual que almacena a manera de archivos y configuraciones sus operaciones en el mundo real, con el fin de mantener sus procesos subjetivadores y de fragmentación sobre los sujetos.

Entonces cabe preguntarse si esta máquina en su programación ¿será capaz de guiar a los seres humanos a preservar y proteger a la mercancía más preciosa, nuestra sociedad y nuestro planeta? o ¿nos llevará a la aceptación final de la fragmentación social, buscando un placer individual, que nunca tendremos? Con esta investigación he buscado algunas respuestas tentativas dejando abierta la exploración de esa cosa llamada mercancía

Referencias Bibliográficas:

- Agamben, G. (2014) *Qué es un dispositivo Seguido de El amigo y La Iglesia y el Reino* (1era. edición). Argentina, Adriana Hidalgo editora.
- Alonso L., (2005) *La Era del Consumo* (1era. edición). España, Siglo XXI Editores.
- Althusser, L. (1992) *Guía para leer El capital. Prefacio a la edición francesa de El Capital: París*. Recuperado de:
<https://www.dropbox.com/scl/fi/k66i2ghu3n3n3ppyligwl/02.pdf?rlkey=bv2riyfxfujhwyk90038w3bub&e=2>
- Anders, G. (2023) *La Obsolescencia del Hombre* (1era. reimpresión). España, Editorial Pre-Textos.
- Appadurai, A. (1991) *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías* (1era. edición). México, Editorial Grijalbo.
- Appadurai, A. (2013) *El futuro como hecho cultural. Ensayos sobre la condición global* (1era edición). Argentina, Fondo de Cultura Económica de Argentina.
- Benjamín, W. (2014) *Parque Central* (2da. edición actualizada). Chile, Ediciones metales pesados.
- Benjamín, W. (2016) *Libro de los Pasajes* (1era. edición en rústica). España, Ediciones Akal.
- Benjamín, W. (2018) *Iluminaciones* (1era. reimpresión). España, Penguin Random House Grupo Editorial.
- Berardi, F. (2020) *Autómatas y Caos* (1era. edición). Argentina, Hekht Libros
- Berardi, F. (2022) *El tercer inconsciente. La psicoesfera en la época viral* (1era. edición). Argentina, Caja Negra Editora.
- Cadahia, L. (2017) *Mediaciones de lo sensible. Hacia una nueva economía crítica de los dispositivos* (1era. edición). Argentina, Fondo de Cultura Económica de Argentina.
- Castro, E. (2018) *Diccionario Foucault* (1era edición). Argentina, Siglo XXI Editores.

- Castro, E. (2023) *Introducción a Foucault* (2da. edición ampliada y actualizada). Argentina, Siglo XXI Argentina.
- Catanzaro, G. (2009) *Utopía y Praxis Latinoamericana. Materialismo y teología en el pensamiento de Walter Benjamin*. Scielo. Recuperado de: https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-52162009000400006#:~:text=Benjamin%20exige%20la%20separaci%C3%B3n%20contra,que%20ha%20eliminado%20la%20trascendencia.
- Debord, G. (2015) *La Sociedad del Espectáculo* (8va. reimpresión de 2da. edición). España, Editorial Pre-Textos.
- Deleuze, G. (2015) *Foucault* (1era. edición). Argentina, editorial Paidós.
- Deleuze, G. (2018) *El Saber. Curso sobre Foucault tomo I* ("da. Reimpresión). Argentina, Editorial Cactus.
- Derrida, J. (2012) *Espectros de Marx* (5ta. edición). España, Editorial Trotta.
- Fernández, O. (1982) *Del fetichismo de la mercancía al fetichismo del Capital* (1era. edición). España, Ediciones Cono Sur
- Fisher, M. (2016) *Realismo Capitalista. ¿No hay alternativa?* (7ma. reimpresión de la 1era. edición). Argentina, Caja Negra Editora.
- Foucault, M. (1973) *Raymond Roussel* (1era. edición). Argentina, Siglo XXI Argentina Editores S.A.
- Foucault, M. (1985) *Saber y Verdad* (1era. edición). España, Ediciones La Piqueta.
- Foucault, M. (2003) *Vigilar y Castigar* (1era. reimpresión argentina). Argentina, Siglo XXI editores Argentina.
- Foucault, M. (2014) *El Poder, una Bestia Magnífica. Sobre el poder, la prisión y la vida* (1era. edición especial). Argentina, Siglo XXI Editores.
- Foucault, M. (2018) *Seguridad, territorio, población* (2da. Reimpresión). México, Fondo de Cultura Económica.

- Foucault, M. (2022) *La Arqueología del Saber* (2da. Edición, 5ta. reimpresión). Argentina, Siglo XXI Editores.
- Foucault, M. (2023) *Nacimiento de la biopolítica* (1era. edición, México). México, Fondo de Cultura Económica.
- Fourier, Ch. (2016) *¿Cómo educar para la Libertad y la Felicidad?* (1era. edición). España, Errata Naturae Editores.
- Fraser, N. (2023) *Capitalismo Caníbal. Qué hacer con este sistema que devora la democracia y el planeta, y hasta pone en riesgo su propia existencia* (1era. edición). Argentina, Siglo XXI Editores Argentina.
- Fritz, W. (1989) *Publicidad y Consumo. Crítica de la Estética Mercancía*. Recuperado de: <https://www.researchgate.net/publication/27674102>
- Fromm, E. (2014) *Marx y su concepto del hombre* (23ra. reimpresión). México, Fondo de Cultura Económica.
- Galafassi, G. (2019) *La noción de metabolismo social en el marxismo: Una categoría sin dialéctica*. Recuperado de: <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/166140?show=full>
- Gramsci, A. (1966) *El materialismo histórico y la filosofía de Benedetto Croce* (1era. edición traducida directamente de la edición de Einaudi de 1955). Cuba, Edición Revolucionaria.
- Gramsci, A. (2015) *La ciudad futura* (1era. edición). Argentina, Editorial Gorla.
- Gramsci, A. (2023) *Cuadernos de la cárcel. Cuadernos 6-11, Vol. 2* (1era. edición en tres tomos). España, Ediciones Akal.
- Guattari, F. & Rolnik, S. (2006) *Micropolítica. Cartografías del deseo* (1era. edición). España, Ediciones Traficantes de sueños
- Gumberg, JC. (2020) *La mercancía más preciosa. Un cuento* (1era. edición). España, Tres puntos ediciones.
- Guzzone, G. (2019) *Entrevista a G. Guzzone. Gramsci: hegemonía y economía*. Recuperado de: <https://www.laizquierdadiario.com/Gramsci-hegemonia-y-economia>.

- Han, B. C. (2021) *La desaparición de los rituales* (1era. edición, 5ta. impresión). España, Herder Editorial.
- Jappe A., Kurz R., Ortlieb C.P. (2014) *El absurdo mercado de los hombres sin cualidades. Ensayos sobre el fetichismo de la mercancía* (2da. edición). España, Pepitas de calabaza ediciones.
- Klossowski, P. (1998) *La moneda viviente* (1era. edición). Argentina, Alción Editora.
- Lazzarato, M. (2006) *La máquina*. Recuperado de: <https://transversal.at/transversal/1106/lazzarato/es?>
- Lukacs, G. (2013) *Historia y Conciencia de Clase, Estudios de dialéctica marxista* (2da. edición). Argentina, Ediciones ryr.
- Marx, K. (1973) *El Capital. Crítica de la economía política* (7ma. reimpresión). México, Fondo de Cultura Económica.
- Marx, K. (2016) *Contribución a la Crítica de la Economía Política* (11ma. reimpresión). España, Siglo XXI editores.
- Marx, K. (2017) *Manuscritos Económicos y Filosóficos de 1844* (1era. Reimpresión). USA, Andrea Gouveia editor, CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Real Academia Española (1992) *Diccionario de la Lengua Española* (21era. edición). España, Editorial Espasa Calpe.
- Sánchez, A. (2022) *Crítica de la economía política y relaciones de fuerzas en el <<regreso a Marx>> de Gramsci*. Recuperado de: <https://doi.org/10.3989/isegoria.2022.66.29>
- Simmel, G. (2013) *Filosofía del dinero* (1era. edición). España, Capitán Swing Libros.
- Stiegler, B. (2016) *Para una nueva crítica de la economía política* (1era. edición). Argentina, Capital Intelectual Editores.
- Taussig, M. (2021) *El diablo y el fetichismo de la mercancía en Sudamérica* (1era. edición). España, Editorial Traficantes de Sueños.