

IV Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2000.

Fetichizados, alienados y negados.

Jones, Daniel E.

Cita:

Jones, Daniel E. (2000). *Fetichizados, alienados y negados*. IV Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-033/213>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Fetichizados, alienados y negados

A través de estas líneas intentaremos dar cuenta de varios elementos, a nuestro parecer, esenciales en la obra de Karl Marx. En primer lugar demostraremos la imbricación fundamental de la teoría del fetichismo de la mercancía y la teoría marxista del valor. Luego estableceremos los principios básicos de la teoría de la alienación expresada por Marx en los Manuscritos económico-filosóficos de 1844, y algunas continuidades y rupturas entre ésta y la del fetichismo de la mercancía, desarrollada en el tomo primero de El Capital de 1867. Por último explicaremos, a lo largo de todo el trabajo y en un apartado especial, cuál es la impronta que las relaciones de producción mercantiles tienden a imponer a la subjetividad humana.

Es pertinente destacar nuestra coincidencia con lo aseverado en el prólogo del Ensayo sobre la teoría marxista del valor de Isaac Rubin, acerca de que la teoría de la alienación, la teoría del fetichismo de la mercancía y la teoría del valor son enfoques de un mismo problema: la determinación de la actividad creadora de los hombres en la forma de producción capitalista. Asimismo, intentaremos demostrar cómo esta determinación actúa negando la posibilidad de realización de la subjetividad de los individuos.

Teoría del valor y fetichismo de la mercancía

Antes de explicar y problematizar la teoría del fetichismo de la mercancía y establecer su vinculación con la teoría del valor, comentaremos brevemente algunas nociones de esta última.

El *valor* no es una categoría natural ni permanente. Descubrimos su *carácter histórico* al ver que es una *relación social* que sólo se da entre productores independientes que toman contacto en el momento del intercambio. Si no existieran estas condiciones históricas, propias de la sociedad mercantil, no existiría el valor tal como lo entendemos.

La *mercancía* es valor de uso (contenido material de la riqueza, y soporte material del valor de cambio) y valor de cambio o valor (la proporción en que se cambian valores de uso de una clase por valores de uso de otra). El *valor* es aquello

común a todas las mercancías que toma cuerpo en la relación de cambio: el *trabajo humano abstracto* (no la diversidad de trabajos reales y concretos que realizan los distintos trabajadores – trabajo útil). Por lo tanto, un bien es valor en tanto materializa trabajo humano abstracto.

El trabajo humano crea valor, pero no es de por sí valor: es necesario que tome forma corpórea. La *magnitud de valor* de un objeto es la cantidad de trabajo que encierra, lo que se mide por el tiempo de su duración. Esta magnitud se encuentra determinada por el *tiempo de trabajo socialmente necesario* para su producción (el que se necesita para producir un valor de uso cualquiera, en condiciones normales de producción y con el grado medio de destreza de trabajo imperantes en la sociedad). Así vemos como una mercancía, en tanto valor de uso, es un objeto útil y, en tanto valor de cambio, es materialización del valor.

El *valor* de las mercancías se halla encerrado en su relación de cambio (una mercancía tiene valor en relación con otra), por lo que tiene una *realidad plenamente social*. Marx lo afirma enfáticamente: “la forma general del valor, forma que presenta los productos del trabajo como simples cristalizaciones de trabajo humano indistinto, demuestra por su propia estructura que es la expresión social del mundo de las mercancías. Y revela (...) que, dentro de este mundo, es el carácter general y humano del trabajo el que forma su carácter específicamente social”.ⁱ Llegado a este punto, podemos introducir el fetichismo de la mercancía.

Marx se pregunta acerca del *carácter misterioso* que muestra el producto del trabajo al revestir la forma de mercancía, descubriendo que su origen reside en la misma forma mercancía. Afirma: “en las mercancías, la igualdad de los trabajos humanos asume la forma material de una objetivación igual de valor de los productos del trabajo (...) y (...) las relaciones entre unos y otros productores, relaciones en que se traduce la función social de sus trabajos, cobran la forma de una relación social entre los propios productos de su trabajo”.ⁱⁱ La clave para comprender el misterio que encierra la mercancía reside en que ésta proyecta ante los hombres el carácter social de su trabajo como si fuese un carácter material de los propios productos de su trabajo, un don natural de estos objetos y como si, por lo tanto, “la relación social que media entre los productores y el trabajo colectivo de la sociedad fuese una relación social establecida entre los mismos objetos, al margen de sus productores”.ⁱⁱⁱ

Una buena forma de intentar comprender la complejidad del fetichismo de la mercancía será establecer una serie de preguntas y respuestas básicas para dar cuenta de este fenómeno. Esta metodología nos permitirá, asimismo, ir viendo algunas razones que nos permiten aseverar la estrecha relación del fetichismo de la mercancía y la teoría del valor.

-¿Qué es el fetichismo de la mercancía?

Es el fetichismo bajo el que se presentan los productos del trabajo desde el momento que asumen la forma de mercancía. La mente humana ve a éstos como seres con vida propia, de existencia independiente, y que establecen relaciones entre sí y con los hombres. Marx afirma que este fetichismo es inseparable del modo de producción capitalista, puesto que surge cuando los productos del trabajo revisten la forma mercancía. Como establece Rubin, la materialización de las relaciones de producción, la cosificación de las relaciones sociales, no sólo es producto de la estructura interna de la economía capitalista, sino también un elemento intrínseco a la misma. Y aquí es necesario destacar el vínculo lógico que une al fetichismo de la mercancía con la teoría del valor. Si, por un lado, consideramos que mientras persista el modo de producción capitalista, más allá de que varíen las formalizaciones (del proceso de producción y del de intercambio), continúa vigente la teoría del valor y, por otro lado, el fetichismo es inherente al capitalismo, vemos como lógicamente se deduce el carácter intrínseco del fetichismo de la mercancía con respecto a la teoría marxista del valor. Iremos viendo otras razones que nos mostrarán el carácter esencial de dicho fenómeno y la indudablemente plena vigencia del mismo.

-¿Por qué reviste un carácter fetichista el mundo de las mercancías?

Esto se debe al carácter social y peculiar del trabajo productor de mercancías. Éstas son productos de trabajos privados independientes los unos de los otros, cuyo carácter social sólo resalta en la esfera del intercambio entre esos productores. La clave se encuentra en que estos trabajos privados sólo funcionan como eslabones del trabajo colectivo de la sociedad a través de las relaciones que el cambio establece entre los productos del trabajo y, mediante ellos, entre los productores. Esto hace que las relaciones sociales que se establecen entre los trabajos de los productores se *aparezcan* ante ellos “no como relaciones directamente sociales de las personas en sus trabajos, sino como *relaciones materiales entre personas y relaciones sociales entre cosas*”.^{iv}

En nuestra sociedad capitalista es fácilmente comprobable el hecho de que la mayoría de las relaciones sociales están materializadas (mediadas por objetos). Esa mediación que nace del hombre comienza a erigirse como un poder (y muy fuerte, por cierto) sobre él. El sujeto comienza a ser gobernado por las cosas, como si éstas tuvieran ciertos atributos (la intercambiabilidad, por ej.) independientemente de sus propietarios.

Hoy más que nunca el intercambio es la base de la regulación social. En una economía mercantil (para nuestros fines puede ser tanto la analizada por Marx a mediados del siglo XIX en Europa como la que nos toca vivir hoy en la Argentina en los umbrales del siglo XXI) las personas se relacionan entre sí mediante el intercambio de cosas. “Las relaciones de producción entre las personas se establecen a través del intercambio de cosas porque las relaciones permanentes y directas entre determinadas personas que son propietarias de diferentes medios de producción no existen”.^v Aquí podemos volver a observar la imbricación esencial que existe entre el fetichismo de la mercancía y la teoría del valor, puesto que sobre la base de esas relaciones sociales cosificadas (relaciones de producción que se realizan mediante el intercambio de cosas) se lleva a cabo el proceso de producción capitalista. Indudablemente esto trae aparejadas importantes consecuencias con respecto a la negación de la subjetividad, propia del modo de producción capitalista.

-¿Qué oculta el fetichismo de la mercancía?

Impide a los productores observar el carácter histórico del modo de producción capitalista. Éstos consideran como “natural” (perenne, definitivo) el hecho de que el carácter social de los trabajos privados independientes resida en lo que tienen de igual como modalidades de trabajo humano que son, otorgando la forma de valor a los productos del trabajo. Este carácter de valor se consolida funcionando como magnitud de valor, ya que estas magnitudes varían permanentemente de manera ajena a la intervención de los participantes del intercambio. El movimiento de estos hombres reviste a sus ojos la forma de un movimiento de cosas, bajo cuyo control se encuentran, en vez de ser ellos quienes las dominen.

El problema central reside en que el fetichismo de la mercancía ha operado una naturalización del régimen capitalista, deshistorizándolo y ocultando su contenido. Estas formas de la vida humana que convierten a los productos del trabajo en mercancías y presuponen la circulación de éstas, han adquirido el carácter de formas naturales ante los ojos de los hombres. A nuestro parecer, este fenómeno continúa plenamente vigente

hoy, donde gran parte de la población (de nuestro país, por ej.) difícilmente pueda dar cuenta del contenido del régimen capitalista y su carácter histórico. Consideramos que ésta es una de las causas del acriticismo y la pasividad de vastos sectores en lo que respecta a impugnar un sistema económico-político que los oprime y niega como subjetividades (obviamente no vemos a ésta como la única razón de dicho fenómeno). Marx afirma que estas formas son las que constituyen las categorías de la economía burguesa, advirtiéndonos que son *formas mentales* aceptadas por la sociedad en que se expresan las condiciones de producción de *este* régimen social *históricamente dado* que es la producción de mercancías.

Alienación

Para lograr establecer algunas rupturas y continuidades entre el proceso de alienación de los Manuscritos económico-filosóficos de 1844 y el fetichismo de la mercancía, intentaremos explicar el primero de estos fenómenos e iremos comparándolo con el segundo.

Marx se basa en el concepto de alienación de Hegel, aunque no concuerda con éste acerca de lo enajenado. Mientras que Hegel considera que lo enajenado es el pensar (enajenación de la autoconciencia, que es la esencia humana), Marx afirma que la actividad creadora, el trabajo, es la esencia del hombre y esto es lo que se aliena en la sociedad capitalista. Pero ¿en qué consiste dicha actividad creadora fuera del capitalismo? Cabe aclarar que aquí Marx plantea un hombre no alienado, ideal, ahistórico, que luego contrastará con el hombre alienado de la sociedad capitalista. Establece que, en la medida que los individuos como seres humanos produzcan cosas, cada uno de ellos habrá afirmado dos veces a sí mismo y al otro: “1) en mi *producción*, habré objetivado mi *individualidad* y sus particularidades, y en el curso de la actividad, habré gozado de una vida individual; al contemplar el objeto, experimentaré la alegría individual de conocer mi personalidad como un poder *objetivo, sensualmente perceptible e indudable*. 2) En la satisfacción y el uso que hace usted de mi producto, tendré la satisfacción directa y consciente de que mi obra satisfaga una necesidad *humana*, que objetive la naturaleza *humana*, y que cree un objeto apropiado para la necesidad de otro ser *humano*. Nuestras producciones serán otros tantos espejos que reflejen nuestra naturaleza... Mi trabajo será una *libre manifestación de vida* y un *goce de la vida*”.^{vi} Esta cita refleja plenamente lo que queremos significar con la noción de *realización de la subjetividad*. Ahora bien, es exactamente este trabajo, entendido como producción libre y libre manifestación de la vida, lo que se enajena en el capitalismo. ¿Qué ocurre con el trabajo en las sociedades capitalistas?

El trabajo no sólo produce mercancías; se produce también a sí mismo y al *obrero como mercancía*. A su vez, el producto del trabajo se enfrenta a él como un *ser extraño*, como un poder independiente del productor. En esto encontramos una fuerte similitud con el efecto creado por el proceso de fetichización de la mercancía. Cuando los productos del trabajo humano asumen la forma mercancía, la mente humana los ve como seres con vida propia, de existencia independiente. En los Manuscritos, Marx

afirma que el producto del trabajo es el trabajo que se ha hecho cosa (el producto es la *objetivación del trabajo*). La *realización del trabajo*, que es su objetivación, aparece como *desrealización del trabajador*, la objetivación como pérdida del objeto y servidumbre a él, la apropiación como enajenación (esto último en el sentido de que cuantos más objetos produce el trabajador, menos posee y más sujeto queda a la dominación de su producto, es decir, del capital). Es destacable que estos fenómenos tienen su origen en el hecho de que el trabajador se relaciona con el *producto de su trabajo* como un *objeto extraño* (esta definición del producto del trabajo como trabajo cosificado es similar a la planteada con posterioridad en la teoría del fetichismo de la mercancía). En consecuencia, cuanto más se dedique el trabajador a su trabajo, tanto más fuerte será el mundo objetivo, extraño que crea frente a él y tanto más débil serán él mismo y su mundo interior, tanto menos dueño de sí será. “El trabajador pone su vida en el objeto, pero a partir de entonces ya no le pertenece a él, sino al objeto; (...) la enajenación del trabajador en su producto significa (...) que la vida que ha prestado al objeto se le enfrenta como cosa extraña y hostil”.^{vii} Una vez más vemos coincidencias con el fetichismo de la mercancía: los productos del trabajo humano adquieren una apariencia de independencia, de vida propia, y parecen poseer intrínsecamente ciertos atributos, que en realidad lo son de sus productores (un mundo de mercancías como fetiches que dominan y regulan la vida humana).

La enajenación no sólo se muestra en la relación del trabajador con el producto de su trabajo; el extrañamiento también se juega en la actividad productiva misma: la *producción es enajenación activa*, la actividad de la enajenación. Ahora bien, ¿en qué consiste *la enajenación del trabajo*? El trabajo es *externo* al trabajador, no pertenece a su ser. Y aquí se halla la ya mencionada *negación de la subjetividad*. Marx, aunque sin utilizar estos términos, la vislumbra en el hecho de que el trabajador en su trabajo se niega a sí mismo y es incapaz de desarrollar libremente su energía física y espiritual, al arruinar progresivamente su cuerpo y su espíritu en la medida en que participa en el proceso productivo. Y nuevamente observamos una continuidad importante al interior de la obra de Marx, puesto que estas afirmaciones que hablan de la negación de la subjetividad sin nombrarla, se encuentran presentes tanto en los Manuscritos económicos-filosóficos como en *El Capital*. En el capítulo XIII del tomo primero de dicha obra, *Maquinaria y gran industria*, explica cómo se da históricamente este proceso a través de una descripción y un análisis del surgimiento y desarrollo de la gran industria. Aquí el individuo es insertado como una pieza más de la maquinaria,

haciendo su trabajo cada vez más abstracto y, consecuentemente, alienándolo cada vez más (en cada avance de la industria el hombre se aleja más del trabajo entendido como productor de espejos que reflejen la naturaleza humana). Es por eso que en el capitalismo el trabajador sólo se siente libre de toda determinación cuando se encuentra fuera del trabajo, y sólo cuando no trabaja se siente en lo suyo, en su propia casa. El *trabajo* ya no es la satisfacción de una necesidad, sino simplemente un *medio* que permite al trabajador satisfacer necesidades fuera del trabajo. Nuevamente aparece una vinculación con El Capital, obra donde Marx nos advierte del carácter de estructurador social que reviste el intercambio de mercancías en el régimen capitalista. En esta obra hay una profundización y complementación del planteo inicial realizado en 1844, estableciendo la importancia del intercambio como esfera complementaria de la producción (el *extrañamiento* se completa en el ámbito del intercambio). En los Manuscritos ya queda planteado que el trabajador puede ver fácilmente la exterioridad de su trabajo en que éste no es suyo, sino de otro. Consecuentemente, al encontrarse en el ámbito de la producción, no sólo la actividad del trabajador no es su propia actividad, sino que él mismo pertenece a otro: es la *pérdida de sí mismo*, la negación de su subjetividad.

Hasta aquí hemos comentado dos dimensiones de la alienación (enajenación) del trabajador: la enajenación respecto de sí mismo y la enajenación respecto de la cosa. De éstas Marx extrae una tercera determinación del trabajo alienado. Él plantea que el hombre es un *ser genérico* porque se relaciona consigo mismo como un *ser universal* y por eso *libre*. Su vida genérica consiste en que el hombre vive de la naturaleza inorgánica (plantas, animales, aire, luz, etc.). La universalidad del hombre aparece en la práctica en “la universalidad que hace de la naturaleza toda su cuerpo inorgánico, tanto por ser un medio de subsistencia inmediato, como por ser la materia, el objeto y el instrumento de su actividad vital”.^{viii} Ahora bien, el trabajo enajenado, al convertir a la naturaleza en algo ajeno al hombre y a éste en algo ajeno de sí mismo, de su actividad vital, también hace del *género* algo ajeno al hombre: transforma a la *vida genérica* en *medio de la vida individual*. Es fundamental comprender que en la *forma de la actividad vital* reside el carácter genérico de una especie, y la actividad libre, consciente, es el carácter genérico del hombre. La actividad vital consciente es lo que distingue al hombre del animal y su actividad vital. Es sólo por ello que el hombre es un ser genérico; o, en otras palabras, “sólo es ser consciente, es decir, solo es su propia vida objeto para él, porque es un ser genérico (...) sólo por ello es su actividad libre”.^{ix}

En la elaboración del *mundo objetivo* el hombre se afirma como ser genérico (a diferencia de los animales, el hombre produce universalmente y liberado de la necesidad física). Esta producción práctica del mundo objetivo es la *vida genérica activa del hombre* (a través de ésta aparece la naturaleza como su obra y su realidad). Por eso, “el objeto del trabajo es (...) la objetivación de la vida genérica del hombre, pues éste *se desdobra* (...) activa y realmente, y se contempla a sí mismo en un mundo creado por él”.^x ¿Qué operación realiza aquí el trabajo enajenado? Invierte la relación de manera tal que el hombre por el hecho de ser un ser consciente hace de su actividad vital, su *esencia*, un simple medio para su *existencia*. Al arrancar al hombre el objeto de su producción, le arranca su *vida genérica*. Hace del ser genérico del hombre un ser ajeno para él, un medio de existencia individual. Hace extraños al hombre su propio cuerpo, la naturaleza fuera de él, su esencia humana. La consecuencia es la *enajenación del hombre respecto del hombre*. Esto implica que si el hombre se enfrenta consigo mismo, se enfrenta también al otro. Aquello que es válido para la relación del hombre con su trabajo, con el producto de su trabajo y consigo mismo, vale también para la relación del hombre con el otro y su trabajo y el producto de su trabajo. Que el *hombre se encuentre alienado de su ser genérico* significa que *un hombre está enajenado del otro, como cada uno se encuentra enajenado de la esencia humana*. La enajenación del hombre sólo se realiza y expresa verdaderamente en la relación de hombre con el otro.

Siguiendo a Marx, llegado este punto sólo nos resta preguntarnos: si mi propia actividad y el producto de mi trabajo me son ajenos, ¿a quién pertenecen? Indudablemente, a *otro hombre* que no es el trabajador (sólo el hombre mismo puede ser este poder extraño sobre los hombres). Ahora bien, si la relación del hombre consigo mismo únicamente es para él real y objetiva mediante su relación con los otros hombres, toda enajenación del hombre respecto de sí mismo aparece en la relación que él presume entre él y los demás hombres distintos de él. En el mundo real, la alienación de sí sólo puede manifestarse a través de la relación práctica con los otros hombres. En consecuencia, el hombre a través del trabajo enajenado produce su relación con el objeto y la actividad productiva como con poderes extraños y hostiles, y también produce la relación en la que los otros hombres se encuentran con su producto y la relación en la que él está con estos hombres. De esta manera, queremos señalar que es el propio *trabajador* el que *crea el dominio de quien no produce sobre la producción y el producto*. La relación del trabajador con el trabajo (trabajo enajenado) origina la

relación del trabajador con el capitalista. La *propiedad privada* es el *resultado* del trabajo enajenado y, también, el *medio* por el cual el trabajo se enajena.

Y así encontramos una pista más para relacionar a esta alienación con la negación de la subjetividad. Siguiendo a Fredy Perlman en su prólogo al libro de Rubin, podemos decir que en la presuposición de la propiedad privada mi trabajo se convierte en una externalización de la vida porque yo trabajo para vivir (obtener medios), y el trabajo ya no es el vivir. De esta manera mi individualidad (subjetividad, diríamos nosotros) es externalizada (negada) a tal punto que terminamos odiando dicha actividad (desgano, ausentismo, malhumor, ¿suenan familiares?). Para mí el trabajar se ha convertido en una actividad impuesta por una necesidad externa, y no por una necesidad interna (es radicalmente distinto trabajar para realizar mi subjetividad que tener que hacerlo para no morir de hambre). Mi trabajo se ha convertido en “la expresión objetiva, sensorial, perceptible e indudable de la pérdida de mi yo y de mi impotencia”^{xi}. Es claro que subyace al planteo una noción de negación radicalizada de la subjetividad.

Cabría aclarar que la alienación no está vinculada con la experiencia personal del trabajador, sino con la estructura misma de la sociedad capitalista, cuya relación social básica (trabajo asalariado) consiste en que una clase se apropie del trabajo que otra clase aliena. El trabajo asalariado es, por definición, trabajo alienado.

Rupturas y continuidades entre el fetichismo y la alienación

A lo largo del apartado anterior hemos establecido varias continuidades entre estas teorías. Es hora de profundizarlas y mostrar las rupturas o evoluciones conceptuales de Marx.

Perlman nos recuerda que entre 1845 y 1847 Marx abandona la idea de una esencia humana a la cual el hombre debía volver. Éste considera que las ideas del hombre acerca de su esencia se encuentran fuertemente condicionadas por las condiciones materiales en las que éstos se hallan situados, por lo que la esencia humana no es algo a lo que éste pueda retornar, ni siquiera la puede pensar, ya que está en permanente cambio histórico. Así, Marx deja atrás el estudio de la esencia del hombre (para dedicarse al estudio de la situación histórica del hombre) y, consecuentemente, abandona el término alienación. Ahora bien, esto no impide que continúe desarrollando

el contenido expresado por dicha categoría, y lo hace precisamente en la teoría del fetichismo de la mercancía y en la teoría del valor.

El lazo que permite la transición entre la alienación y el fetichismo de la mercancía es el concepto de *cosificación* (materialización u objetivación) *de las relaciones sociales*. En el tomo primero de El Capital esta cosificación ya no es sólo una apariencia en la mente del productor individual de mercancías, ni un resultado de los hábitos de pensamiento del productor de mercancías. La materialización de las relaciones de producción se origina por la estructura interna de la economía. La causa del fetichismo (relaciones entre personas que adoptan la forma de relaciones entre cosas) es producto de la economía capitalista: “la ausencia de regulación directa del proceso social de la producción conduce necesariamente a la regulación indirecta del proceso de producción a través del mercado, a través de los productos del trabajo, a través de las cosas”.^{xii} Esto significa que la forma capitalista de producción social conduce indefectiblemente a la *cosificación de las relaciones sociales*: ésta es un *aspecto inseparable del capitalismo*.

Como ya vimos, el trabajo que produce mercancías es trabajo abstracto, es trabajo social que surge de la alienación completa del trabajo individual. Este trabajo cosificado, abstracto (que el capitalista compra por un precio) se cristaliza en mercancías, adquiere la forma social valor en la sociedad capitalista (valor como forma social del producto del trabajo). Este planteo nos permite afirmar junto con Perlman que, a través de la teoría del fetichismo de la mercancía, el concepto de trabajo cosificado es el vínculo entre la teoría de la alienación y la teoría del valor. La ruptura está dada por el hecho de que Marx explica este fenómeno de la cosificación (que el trabajo abstracto adopte la forma del valor) ya no en términos de hábitos de la gente, sino de las características de una economía mercantil.

Negación de la subjetividad

Como vimos anteriormente, el valor de una mercancía está dado por el trabajo humano abstracto que contiene. El trabajo real y concreto (trabajo útil) se abstrae de su particularidad convirtiéndose en trabajo abstracto: la gran heterogeneidad de los hombres y sus capacidades desemboca en la homogeneidad de las mercancías. Ya establecimos en el apartado previo que esta homogeneización de los trabajos individuales (desarrollar un carácter homogéneo para todas las operaciones laborales como formas de trabajo humano general) trae aparejada para el hombre la imposibilidad de realizar su subjetividad mediante el trabajo, puesto que pierde su carácter de actividad creadora - entendida ésta como esencia del sujeto.

La teoría del valor también da cuenta de cómo la mercancía actúa de mediadora de las relaciones entre los individuos (intercambio de los sujetos independientes en el mercado) condicionando, consecuentemente, la actividad productiva de los mismos. Este condicionamiento puede revestir el carácter de negación de la subjetividad, puesto que al tener el hombre que trabajar como medio de subsistencia^{xiii}, ese trabajo será “elegido” en función de la demanda del mercado. Nos parece importante destacar que muchos participantes de ciertos ámbitos académicos no logran eximirse de tales condicionamientos. La comunidad académica de ciencias sociales en la ciudad de Buenos Aires nos brinda, mediante sus distintos integrantes, varios ejemplos para comprobar la vigencia y extensión de estos planteos de Marx. Veamos uno. Con respecto a lo antes mencionado, es notable el peso que tienen las demandas del mercado a la hora de “elegir” carreras universitarias o las orientaciones de las mismas (más allá del hecho de que las lecturas que hagan los estudiantes de estas demandas sean correctas o no); un ejemplo sería el auge de la orientación en Relaciones Internacionales entre los ingresados durante el 2000 a la carrera de Ciencia Política de la UBA.

En el capitalismo, la vida social se encuentra organizada alrededor del hecho de que las cosas tienen valor. En este sentido, la comunidad científico-académica mencionada no es una excepción. En los últimos años, vemos cómo se ha incrementado el nivel de mercantilización de la producción y circulación del conocimiento y, principalmente, el grado de condicionamiento del mercado para con los alumnos, docentes e investigadores. Los ejemplos abundan: pago de altas matrículas para asistir a

congresos (en demasiados casos, de dudosa calidad) con el único fin de sumar méritos al currículum y tener más posibilidades de acceder a un futuro subsidio (más allá de que dicho congreso aporte algo a la formación intelectual del participante o no); presentación a concursos por becas de investigación a través de proyectos que fueron elaborados más teniendo en cuenta los criterios de los evaluadores que las búsquedas e intereses propios; redacción compulsiva de artículos científicos, con la consecuente baja calidad de los mismos, para cumplir con los plazos impuestos por compromisos editoriales preestablecidos. Muchos intelectuales, investigadores y becarios progresistas han obviado cualquier connotación emancipadora del conocimiento por ellos elaborado, para con esta sociedad de individuos alienados y mercancías fetichizadas, reduciendo su producción a material de difusión entre sus pares y/o, con un poco de viento a favor, un libro de venta masiva entre los alumnos (en muchos casos, compradores cautivos). Con estas afirmaciones no pretendemos realizar ningún tipo de impugnación moral a la venta de la producción intelectual, ni insinuar que éste fenómeno es reciente (ya Foucault^{xiv} nos recordaba que el origen mismo de la noción de autor está fuertemente imbricado con el surgimiento de las leyes de propiedad intelectual). Por otro lado, consideramos plenamente legítimo que científicos sociales quieran ganarse la vida trabajando como... ¡cientistas sociales! Nuestro único objetivo es transmitir la preocupación que nos genera el observar que cada vez parecen ser más los casos dentro de la comunidad académica de las ciencias sociales, de sujetos que encuentran fuertemente condicionada la posibilidad de realizar su subjetividad mediante el trabajo (principalmente nos referimos a la investigación). Deberíamos distinguir a quienes parecieran participar del juego de la ciencia con el único fin de mantener cierto nivel de ingresos y status (afortunadamente una minoría, pero lamentablemente poderosa), de aquellos que demuestran un real interés por el crecimiento de la ciencia (y esto no lo decimos en un sentido positivista de acumulación progresiva de conocimiento) y pretenden realizarse como sujetos a través de la práctica científica. Sin embargo, ninguno se salva del valor como regulador de sus conductas productivas.

En las sociedades capitalistas las personas se hallan vinculadas entre sí a través de las cosas en las relaciones sociales de producción y de intercambio, lo que organiza la vida social de estas esferas. Como ya vimos, el fetichismo de la mercancía “naturalizaba” el modo de producción capitalista y, consecuentemente, la división social del trabajo que éste trae aparejado. Es evidente que este fenómeno de deshistorización

no puede tener otro resultado que ocultar ante los individuos la violencia hacia su subjetividad, la castración de la subjetividad propia del sistema capitalista (continuando con el ejemplo, ¿qué es si no el hecho de que un investigador, para tener la posibilidad material de desempeñarse como tal, se encuentre obligado a elegir un tema y estructurar su proyecto en función de los parámetros de productividad del conocimiento, para poder aspirar a una beca o subsidio?). Y volvemos al comienzo de nuestra respuesta: en la medida en que el sujeto tenga que trabajar como medio de subsistencia, su capacidad de “elegir” estará fuertemente condicionada por el mercado.

A medida que se desarrolla el modo de producción capitalista, parecería acentuarse este carácter castrador de subjetividades inherente al mismo. Y aquí es plenamente articulable la noción de alienación de los Manuscritos económico-filosóficos y la negación a la subjetividad planteada implícitamente en El Capital. En la primera de estas obras, Marx afirma que el trabajador sólo se siente libre de toda determinación cuando se encuentra fuera del trabajo; en la segunda, al dar cuenta en el capítulo VIII del tomo primero de la extensión de la jornada de trabajo, considera que el límite de la misma es tanto físico como moral, puesto que el trabajador necesita una parte del tiempo para satisfacer necesidades sociales y espirituales. Llegado este punto, la vigencia del planteo marxista no podría ser mayor. En los últimos diez años hemos sido testigos, y víctimas, en nuestro país de un incremento de la plusvalía absoluta sin precedentes (vía la extensión de la jornada de trabajo). El capitalista, más que nunca, sigue considerando que el trabajador sólo es fuerza de trabajo y, por lo tanto, todo su tiempo disponible es tiempo de trabajo y pertenece al capital para su incremento. Ahora bien, la expropiación de trabajo es, necesariamente, expropiación de tiempo de vida del trabajador. Y sólo en el tiempo puede el hombre realizar su subjetividad. Por lo tanto, al no ser hoy la esfera del trabajo una esfera de realización de la subjetividad del hombre y al extenderse cada vez más la jornada laboral, indefectiblemente vemos como, día a día, aumenta la fuerza de esta castración a nuestra subjetividad. A esto debemos agregarle que, si nos remitimos de manera estricta a los Manuscritos, considerando que la esencia del hombre es la actividad creadora, como individuo no puedo realizar mi subjetividad fuera de la esfera del trabajo. Por lo tanto, sólo nos queda recordar la imposibilidad de llevar a cabo trabajo concreto, no alienado, dentro del proceso de producción capitalista: la imposibilidad de constituirme como sujeto en el capitalismo.

Tal vez esta sucesión de conceptos de alto grado de abstracción pueda confundir por un momento a alguien, pero no debemos equivocarnos. Estamos hablando de algo que observamos, y padecemos, cotidianamente en este mundo capitalista, donde ya ni soñamos con que nuestro trabajo sea la libre manifestación de nuestra vida. Jornadas de trabajo cada vez más largas (casi eternas), unas pocas horas (cada vez menos) para la familia, el ocio y el crecimiento espiritual, malhumor, cansancio, frustración... y nuestra subjetividad, nosotros mismos como seres genéricos, que a cada instante que pasa nos sentimos, y estamos, más lejos de realizarnos como sujetos.

Daniel E. Jones

Buenos Aires, Octubre del 2000.

ⁱ K. Marx, *El Capital*, La Habana, Editorial Nacional de Cuba, 1962, p. 35.

ⁱⁱ *Ibid.*, p. 39.

ⁱⁱⁱ *Ibid.*, p. 39.

^{iv} *Ibid.*, p. 40.

^v Isaac I. Rubin, *Ensayo sobre la teoría marxista del valor*, México, Ediciones Pasado y Presente, 1974, p. 28.

^{vi} K. Marx, Excerpt-Notes of 1844, en *Writings of the Young Marx on Philosophy and Society*, p. 281, citado por F. Perlman en el prólogo del *Ensayo sobre la teoría marxista del valor*, op. cit., p. 16.

^{vii} K. Marx, *Manuscritos: economía y filosofía*, Barcelona, Ediciones Altaya, 1993, p. 110.

^{viii} *Ibid.*, p. 114/5.

^{ix} *Ibid.*, p. 116.

^x *Ibid.*, p. 116.

^{xi} K. Marx, Excerpt-Notes of 1844, en *Writings of the Young Marx*, op. cit., p. 281.

^{xii} Isaac I. Rubin, op. cit., p. 108.

^{xiii} Una de las condiciones necesarias para que el poseedor de dinero encuentre en el mercado la fuerza de trabajo como mercancía, es el hecho de que el trabajador, no pudiendo vender mercancías en que su trabajo se materialice, se encuentre obligado a vender como una mercancía su propia fuerza de trabajo, identificada con su corporeidad viva.

^{xiv} M. Foucault, *¿Qué es un autor?*, México, Universidad Autónoma de Tlaxcala, 1985.