

MERCANCÍAS Y CONSUMISMO

Aspectos sociales

Santiago Ubieto

INTRODUCCIÓN

En algunas sociedades occidentales actuales, las del centro del sistema capitalista, denominadas, explicadas y definidas por diversos pensadores como postmodernas, desde hace tiempo hay llamadas de atención sobre el consumismo que para algunos es, cuando llega a un límite, enfermedad y, además, produce otra clase de problemas individuales y sociales entre los que lo económicos tienen importancia en bastantes casos individuales. El límite que marca el consumismo no está claro.

El consumismo no es un fenómeno social nuevo, tal vez su masificación sí es actual. Esto es lo que llama la atención y hace sonar algunas alarmas sociales, aunque sin excesiva fuerza.

El consumismo tiene varias causas y diferentes consecuencias. En estas páginas se trata de hacer una aproximación a este hecho.

El **consumismo** lo define el diccionario de la RAE como: “actitud de consumo repetido e indiscriminado de bienes en general materiales y no absolutamente necesarios”. Esta definición parece bastante clara y puede servir para saber sobre qué se va a reflexionar un poco en estas páginas.

Bajo el consumismo subyacen fuerzas y motivaciones varias, tanto individuales como sociales. Las que aquí se van a ver son, en gran medida, las sociales.

Las explicaciones que pueden darse del consumismo son diversas, algunas bastante evidentes y otras más complejas y, seguramente, más difusas.

El hecho social ya fue, no sé si, observado o intuitivo hace bastante tiempo. Hace cien años tanto M. Weber como T. Veblen dijeron, entre otros, algo acerca de este hecho. El primero al final de su explicación del espíritu del capitalismo y el segundo al denunciar lo que llamó la clase ociosa.

M. Weber decía al final de su conocida obra “La ética protestante y el espíritu del capitalismo”, en la que explica lo que según él era y había sido el impulso espiritual-

religioso del sistema capitalista, del primer capitalismo industrial hasta avanzar a lo que tal vez podría entenderse como la madurez del capitalismo, el de su momento. Al final de la obra citada dice Weber: “los bienes externos de este mundo lograron un poder creciente sobre los hombres y, al final, un poder irresistible, como no había sucedido antes en la historia”, tras esto hace una crítica al afán de lucro que define como “pasión agonal” y dice que de continuar por ese camino podría ocurrir en la evolución de esta cultura lo de: “hombre especialista sin espíritu y hombre hedonista sin corazón, esta nada se imagina haber ascendido a un nivel de humanidad nunca logrado antes”, a continuación observa también la disolución de la “religiosidad ascética” en un “puro utilitarismo”¹.

Por su parte Veblen habla, en la misma época que Weber, del espíritu depredador y, sobre todo, de la ostentación que hay tras el consumo de ciertas mercancías por parte de determinadas clases sociales.²

El consumismo se manifiesta de varias formas, bajo esas manifestaciones pueden encontrarse distintas explicaciones que pueden permitir entenderlo mejor y, también, a nuestra sociedad que es compleja.

Algunas de las posibles **explicaciones del consumismo** son:

- Las necesidades del capitalismo actual, único en la mundialización, para otros globalización, de ciertos aspectos del mismo y que en este momento tiende, al menos conceptualmente, al capitalismo monopolista.

Las necesidades del sistema impulsan y necesitan el consumo, como algo imprescindible, para que funcione de manera aceptable para una parte importante de la sociedad occidental, la que vive en el centro del sistema.

- En los individuos se dan consideraciones de otras clases. A partir de lo que Marx llama, en un apartado de “El Capital”, el “fetichismo de las mercancías y su secreto” y de la analogía que establece con las “regiones nebulosas del mundo de la religión”, pueden encontrarse algunas explicaciones que están en el fondo de ciertas manifestaciones del consumismo.

¹ M. Weber. *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Alianza Ed. Madrid 2.001 (pp. 233 a 235)

² Puede verse sobre todo en T. Veblen. *Teoría de la clase ociosa*. Orbis. Barcelona. 1.987

- En el consumismo se manifiestan actitudes, en una parte de nuestra sociedad, que son resultado de algo larvado en ella: angustia profunda y la huida que provoca. El consumismo es, también, uno de los medios que parte de la sociedad utiliza para su huida.
- Frente a lo que algunos pensadores dicen, que el consumo destruye, debe considerarse que tanto la producción de mercancías como su consumo forman parte de la acción transformadora y evolutiva de la naturaleza de la que el hombre también forma parte y en la que está inmerso.
- La “ideología utilitarista” acaba al final, tras años de pretender dar forma a ciertos aspectos sociales, en la idea y en la evidencia de que cada individuo trata de maximizar su utilidad, esto se concreta en el consumo compulsivo de mercancías, en la idea de “calidad de vida” como concepto ambiguo que llega a la sociedad y ésta lo asume a partir de la tergiversación del lenguaje, lo mismo en otros puntos.
- El consumo de mercancías también muestra la ostentación de clase social, el estatus y la relevancia social que cree tener la gente en una sociedad que valora más el “rol” social y el estar que el ser.
- Las mercancías son, asimismo, vehículos de difusión y transmisión de la ideología dominante única. Las mercancías tienen entidad política.
- Tras el consumismo tanto el individuo como las sociedades consumistas lo que hacen es ejercer poder, dominio, diferentes clases de dominio sobre otros individuos y otras sociedades.

Para entender con mayor claridad qué se esconde bajo el consumismo es importante hacer una aproximación a las mercancías, qué son realmente.

Las mercancías son, en su verdadera naturaleza, la clave del sistema capitalista.

El consumo y el consumismo, puesto que se basan en las mercancías, no pueden separarse de cómo se producen las mismas ya que la forma de hacerlo explica aspectos del consumismo.

De lo que se trata en estas páginas es de analizar, en lo posible, los puntos enumerados y también de reflexionar sobre el hecho del consumismo que tiene connotaciones individuales y sociales.

I – MERCANCÍAS

Antes de empezar con las posibles explicaciones de la conducta consumista que cada día está más arraigada en muchos individuos de nuestra sociedad, tanto que ya se ha convertido en una conducta social, debe quedar claro qué es una mercancía, qué clases de mercancías desea la gente y cómo las mismas son, en las distintas facetas que presentan, uno de los fundamentos claros de nuestra organización social.

La definición que da el diccionario de la RAE de mercancía es: “Trato de vender y comprar comerciando en género” y “todo género vendible”. Una **mercancía** es simplemente cualquier cosa que se compra y se vende.

Es un hecho que las necesidades de los hombres sólo pueden satisfacerse mediante los productos que el hombre, usando la inteligencia de que está dotado es, en conjunto con la naturaleza de la que forma parte y que está ahí, capaz de producir.

Cuando lo producido por el hombre se compra y se vende se convierte en mercancía. Pero cualquier cosa que se compra y se vende también es mercancía, por ejemplo, horas de fuerza de trabajo o una mina o las ondas hertzianas.

Las mercancías encubren las verdaderas relaciones sociales que existen en el modo de producción capitalista. No hay que olvidar que las mercancías son el origen de la acumulación de capital o, en términos de Marx, de la formación de plusvalía.

Marx aclara que el carácter general de los procesos sociales, políticos y espirituales está determinado por el modo de producción de la vida material, también explica que: “No es la conciencia de los hombres la que determina su existencia, sino que su existencia social determina su conciencia”³

En los procesos sociales es así, aunque no necesariamente todo individuo está condicionado por el modo de producción, no es una especie de determinismo. El hombre capaz de vivir en libertad, en su verdadera libertad individual, pues la social sabemos que no existe realmente⁴, puede desde sí mismo ser, por lo que su existencia está determinada, en gran parte, por él mismo desde su verdadera libertad.

³ P. Sweezy. *Teoría del desarrollo capitalista*. F.C.E. México. 1.970. (p. 62).

⁴ Sobre la libertad se ha escrito mucho. Es difícil aportar algo nuevo, no obstante es importante recordar la diferencia entre la libertad social y la individual. Sobre este tema algunas reflexiones que no creo sean

Esta aclaración me parece pertinente pues, como se verá más adelante, el consumismo es un movimiento social que arrastra a muchos individuos y distorsiona su forma de entender y de vivir en libertad. Con frecuencia la gente cree que libertad es hacer lo que quiera, tener poder o dinero o muchas otras cosas y, en una parte de nuestra sociedad consumista, se confunde libertad con la posibilidad de elegir entre mercancías y con consumismo compulsivo.

Mercancías y bienes.

En el lenguaje usual a las mercancías se las suele denominar: bienes, bienes y servicios. Este término es engañoso, forma parte de los cambios que se inducen por medio del lenguaje en las formas de percibir el mundo y en las corrientes de opinión social, estos cambios pueden ser deliberados o inconscientes.

Con bastante frecuencia el lenguaje se convierte en tergiversador de hechos, ideas, etc. Gellner explica que los sistemas represivos de las sociedades se establecen por medio de los sistemas coercitivos normales y por el lenguaje.⁵ y ⁶

En el caso de las mercancías se da un cambio claro en nuestra percepción por medio del lenguaje.

Antes ha quedado claro que una mercancía es cualquier cosa que se compra y se vende. Un bien es, según el diccionario: “según es debido, con razón, perfecta o acertadamente”, también significa: “aquello que en sí mismo tiene el complemento de la perfección en su propio género, o lo que es objeto de la voluntad, la cual no se mueve ni puede moverse sino por el bien, sea verdadero o aprehendido falsamente como tal”. La palabra tiene más significados, como utilidad o beneficio, el diccionario se extiende en: bienes gananciales, de equipo, raíces, fungibles, etc.

En el hablar normal bien suele significar que aquello que decimos que está bien es acorde con la perfección o con cierta perfección o asentimiento a lo que sea o algo

muy originales pueden verse en mi *Libertad y hombre de hoy*. Está en la página www.santiagoubieto.com derivada de la revista de literatura y pensamiento www.caminosdepakistan.com

⁵ E. Gellner. *Antropología y política*. Altaya. Barcelona. 1.999. Son interesantes en este tema algunos de los ensayos que aparecen en esta obra como: Cultura , restricción y comunidad, (pp'. 65 a 83), La guerra y la violencia, (pp. 182 a 203). Alguno más también está en esa línea

⁶ También puede verse una brevísima reflexión sobre esto en “El idioma como vehículo de comunicación y libertad. Reflexiones” que aparece en la web antes citada

relacionado con la bondad de ese algo. En otro sentido también se aplica a las mercancías. Lo que hacemos es confundir y mezclar lo perfecto, el bien, con la mercancía, lo que se compra y se vende. En tal confusión sutil e inconsciente lo perfecto, el bien es algo que se compra y se vende. Usamos los dos sentidos diferenciando, pero es la misma palabra la que en abstracto no permite diferenciación lo que nos lleva a aceptar las mercancías, con independencia de cómo se producen, como un bien en el sentido que sea, confuso, es un bien simplemente.

Según esto consumir mercancías es consumir bienes, cosas buenas, consumir muchas mercancías es consumir muchas cosas buenas, muchos bienes. El consumismo, según esto, es bueno pues consumimos bienes, por consiguiente, si consumimos muchos bienes el bien total de cada uno de los que consumen es mucho mayor.

Pero en esta confusión hay algo más, en nuestro modo de producción las mercancías suelen proceder de males de diversas clases. En esta confusión convertimos males en bienes por medio del lenguaje.

Las mercancías son única y exclusivamente trabajo, las formas que éste reviste dependen de varios factores entre los que la estructuración de derechos es importante. En nuestro mundo eso es algo que en la vida real supone verdaderos males. Más adelante se verá un poco más en extenso, pero puede afirmarse que en el modo de producción capitalista las mercancías proceden de males mayores o menores si entre ellos consideramos la injusticia.

Es conocida la forma que el capitalismo tiene de convertir el trabajo en capital, pero se presta escasa atención a que esa forma está basada en una injusticia real convertida en justa por medio de las leyes, es decir, en una injusticia legal. No se puede entrar ahora en esta cuestión, pues se desvía del propósito de estas páginas.

Esto lo vio con lucidez A. Smith: “Pero aquel estado primitivo, en que el trabajador gozaba de todo el producto de su propio trabajo, no podía permanecer después de introducida la propiedad de la tierra y la acumulación de fondos”⁷ Escrito cuando empezaba el capitalismo industrial en Inglaterra, casi cien años antes de que Marx publicase el primer volumen de “El Capital”.

Esta, la injusticia legal, es una parte del mal que esconden las mercancías, pero el mal es mucho más masivo y profundo hoy en la mundialización de la economía en tan sólo una dirección, la de vuelta. La estructuración de derechos de propiedad, sobre el propio

⁷ A. Smith. *La riqueza de las naciones*. Vol. I. Ed. Orbis. Barcelona 1.983. (p. 113)

trabajo de cada individuo, de una forma, de otra o de ninguna en la mayoría de los países periféricos produce esos males. En el Anexo I se analiza algo de esto.

Las mercancías proceden de la combinación del trabajo humano con lo que nos da la naturaleza. Aunque aquí se va a repetir que las mercancías son única y exclusivamente trabajo, no es exacto. La naturaleza que está ahí es el otro elemento básico para las mercancías, en general, para lo que aquí se trata puede denominarse tierra, como la llamaban los autores clásicos de la economía. En nuestro mundo es una mercancía más, pero es una mercancía bastante especial por lo que, antes de ver algo de las otras mercancías, puede ser de cierto interés ver y reflexionar algo sobre la tierra.

La mercancía tierra.

Los clásicos de la economía, de su estudio y explicación, decían que los factores productivos eran: tierra, trabajo y capital. Creo que posteriormente A. Marshall llegó a pensar en la organización como cuarto factor productivo.

El trabajo ya se sabe qué es, aunque más adelante se tratará más extensamente, lo mismo que el capital, éste que suele concretarse en: máquinas, edificios, etc. no es más que el resultado de un trabajo determinado y particular, por lo que también es trabajo y se emplea para producir las mercancías que consumimos.

La **tierra** es el elemento, el factor que podría considerarse pasivo. Igual que el hombre forma parte de la naturaleza, pero por sí sola no genera, no produce nuestras mercancías y, si produce algo por sí misma, sin trabajo no se mueve lo producido y no le sirve al hombre para satisfacer sus necesidades. Dicho de otra forma, la tierra necesita la aportación del hombre, la incorporación de trabajo y así, las minas, los productos agrícolas, los animales, las ondas hertzianas, etc. junto y necesariamente acompañados de trabajo humano se transforman en mercancías para nuestro consumo. La tierra sí es un bien.

Con la tierra aparece un problema social no tenido hoy demasiado en cuenta, ignorado por la sociedad dadas las instituciones existentes que, como construcciones de la mente humana que son, en parte proceden de conductas arraigadas en la sociedad.

Este de la tierra es un problema antiguo. Si durante algún tiempo, en algunas civilizaciones antiguas, la tierra era un bien común, más tarde esta institución social

desapareció, las palabras citadas antes de A. Smith son claras. El problema está en su origen, Platón, por ejemplo, habla de las tareas productivas y diferencia entre la tarea divina y la tarea humana⁸. El sentido de lo que dice es muy claro.

La tierra es el único factor tangible en la producción de mercancías. Es propiedad de alguien y, en el caso de la propiedad privada, procede directamente de la depredación humana que se ha dado secularmente: botín de guerra, conquistas, recompensas por ciertos servicios, apropiación directa por el más fuerte, etc.

La tierra es limitada y fundamental para producir mercancías. Sobre su propiedad ya se ha insinuado algo, las platónicas tareas divinas y humanas sugieren bastante.

Es conocida la secular y constante depredación humana de todas las clases – probablemente consolidada como institución tras la revolución neolítica al aparecer nuevos factores que la estimularon y propiciaron su profundo arraigo en las conductas de los hombres, tanto que ha llegado más fortalecida y refinada hasta nuestros días – por lo que merece la pena recordar como simples ejemplos, de entre los muchos existentes, algunos de la apropiación de tierras por los más fuertes. Únicamente son dos ejemplos que muestran con claridad esa mentalidad social depredadora convertida en institución; más tarde, con el derecho, en institución formal, es decir, legislada.

En los USA, la “Gran Orden del Noroeste” de 1.787 estableció la forma en que deberían cederse tierras vírgenes – eufemismo, una vez más se ve la utilización del lenguaje, que encierra la expulsión cuando no el exterminio sistemático de la población india propietaria secular de esas tierras⁹. - Los conquistadores disponían de medios técnicos muy superiores y tenían valores morales muy inferiores para actuar como si fuese un derecho natural suyo.

Pocos siglos antes los españoles establecieron, cuando encontraron América, su derecho de manera que aquello que se encontrase: tierras, oro,... sólo pudiese tener un propietario lógico: la Corona española y las gentes españolas. El contrato de Colón es revelador de esa mentalidad.

⁸ Platón. *Sofista*. Ed. Gredos. Madrid. 2.000 (p. 465)

⁹ La justificación del hecho fue ingeniosa. Una vez asumido como un derecho, resultado del arraigo de la mentalidad depredadora de siglos en la sociedad, es decir, la institucionalización, las cosas fueron normales. Entre las explicaciones esta es clara “Los anglosajones, en este país como en todos, eran racistas por instinto, si no por teoría. Sentían repulsión hacia los indígenas y tendían a aniquilarlos. Protestantes, se justificaban por medio de la Biblia: Dios les había concedido este país, debían tratar a los individuos del mismo modo que los hebreos habían tratado a los cananeos”

R. Mousnier y E. Labrousse. *Historia general de las civilizaciones. El siglo XVIII. Revolución intelectual, técnica y política (1.715 – 1.815)*. Ed. Destino. Barcelona. 1.981 (p. 485)

Los ejemplos pueden multiplicarse en todos los tiempos y lugares en cantidades inagotables.

No es necesario recordar el origen de todas las tierras de reyes, nobles, terratenientes, etc.

Los **bienes naturales**, los procedentes de la tarea divina, que se transforman por medio del trabajo convirtiéndose en mercancías proceden de la tierra, ésta tiene un precio determinado y es propiedad de alguien.

En esto de la tierra aparece, en su precio y en su valor, otro problema, el citado, el del valor de la tierra y por ende el de su precio.

Si ya A. Smith o D. Ricardo entienden claramente que el valor de una cosa debe medirse por la cantidad de trabajo necesaria para producirla, Ricardo hace una excepción con aquellas “que no pueden ser aumentadas por la industria humana”¹⁰ entre las que se encuentra la tierra. El asunto lo resuelve recurriendo, sin más, a la renta de la tierra y habla de rendimientos decrecientes que relaciona con la demanda, de la fertilidad del suelo, etc.

Los economistas suelen decir que el valor de una cosa, de una mercancía es lo que cuesta producirla. Sin embargo el problema del valor de la tierra es imposible abordarlo si se considera que es una mercancía más, pero lo es puesto que se compra y se vende, aunque no puede valorarse como las demás mercancías, lo que cuesta producirlas.

La lógica lleva, tras lo visto sobre esta mercancía, a conclusiones diferentes a las de la sociedad en su funcionamiento.

Es innegable que a partir de otras consideraciones, verdaderas o falsas, se puede llegar a la conclusión contraria tan correcta como cualquier otra, pero sabemos que la lógica nos dice únicamente si el razonamiento es correcto y no nos conduce necesariamente a la verdad, pues aun siendo la razón igual en todos los hombres, la diversidad de nuestras opiniones procede de conducir nuestros pensamientos por diversas vías y no consideramos las mismas cosas¹¹

Si el valor de la mercancía tierra no puede establecerse, su propiedad, de acuerdo con lo que sugieren las platónicas “tareas divinas”, tampoco. No obstante, en el marco institucional construido por los hombres, la propiedad privada es lógica. En ese marco la institución más arraigada y antigua es la depredación, la propiedad privada de la tierra

¹⁰ D. Ricardo. *Principios de economía política*. Sarpe. Madrid 1.985. (p. 29)

¹¹ R. Descartes. *Discurso del método*. Orbis. Barcelona. 1.983 (p. 73)

procede, directa o indirectamente, de dicha institución, de la inicial que en algún momento las sociedades decidieron legalizar, cosa normal pues en su origen el derecho atañía a hombres libres y se sabe quiénes eran considerados así.

Soy consciente de que es absurdo insinuar lo dicho, es absurdo social pero no ilógico ni irracional.

La **producción de mercancías** es sencilla, la tierra, la naturaleza, resultado de la platónica tarea divina, junto con el trabajo de los hombres que transforma lo que les ofrece la naturaleza, son los que producen las mercancías que nos permiten satisfacer nuestras necesidades. Son inseparables.

Aunque en estas páginas en la consideración de las mercancías se reitera que son únicamente trabajo, siempre debe tenerse en cuenta que la tierra, la naturaleza es inseparable de cualquier mercancía, por lo que siempre, sin necesidad de repetirlo en cada momento, la tierra, la naturaleza se sabe que está en toda mercancía.

Esta especie de digresión la considero de cierto interés porque permite tener mayor claridad en lo que a las mercancías se refiere, pues tanto el trabajo como la naturaleza que dan origen a las mercancías no parece que sean calibrados justa y racionalmente por la sociedad.

Antes de explicar las mercancías que se consideran en estas páginas intentando ver, en lo posible, qué hay bajo las formas que revisten, lo que puede ser bastante discutible, puede ser útil repasar algunos de los conceptos vistos.

Toda mercancía adquiere el carácter de tal exclusivamente por medio del trabajo, éste, según el diccionario es: “esfuerzo humano aplicado a la producción de riqueza y se usa en contraposición de capital”.

El valor que incorpora cualquier mercancía es únicamente el del trabajo necesario para producirla. El valor de una mercancía es lo que cuesta producirla. En el sistema capitalista nunca coinciden valor y precio.

El valor de la fuerza de trabajo que incorpora cualquier mercancía siempre es superior al precio que el capitalista, la empresa paga por la fuerza de trabajo que compra.

La fuerza de trabajo, que se concreta en un trabajo determinado, es también una mercancía, la mercancía origen del sistema capitalista. Éste se caracteriza, frente a otros modos de producción como el feudal o el esclavista, porque la fuerza de trabajo es una mercancía que se vende y se compra.

En último término la mercancía única, real y verdadera es la fuerza de trabajo, las otras mercancías son tan sólo el resultado de transformaciones producidas en los bienes de la naturaleza por medio del trabajo. Sin trabajo no se produce absolutamente nada, no hay mercancías. Recuérdesse además lo dicho antes al ver la mercancía tierra.

En lo que sigue se van a considerar las mercancías de acuerdo con las formas que muestran. Las **mercancías** que se consideran en estas páginas son: la **fuerza de trabajo** que es la única mercancía realmente. Las demás mercancías resultado de las transformaciones en los bienes naturales por medio del trabajo, las que suelen denominarse bienes y también servicios, esto es, **mercancías en general**. El **dinero**, mercancía intermediaria entre el trabajo y el capital. Y el **capital**, forma que reviste la que se podría considerar como mercancía suprema, el resultado de la acumulación de trabajo.

Todas ellas son mercancías y como tales sometidas a transacciones, éstas a su vez están reguladas.

En realidad esas distintas clases de mercancías no son más que diferentes formas que reviste la mercancía originaria: la fuerza de trabajo.

Antes ya se ha dicho, pero es necesario recordar que la tierra, la naturaleza debe estar presente en la consideración de las mercancías, en su producción y en su consumo.

1 – LA FUERZA DE TRABAJO

Acerca de esta mercancía ya se ha dicho algo antes. La fuerza de trabajo es la mercancía que el empresario compra a una persona y es la misma persona quien es comprada, aunque sea por un tiempo.

Esto es lo característico del capitalismo frente a otros modos de producción.

En el **modo de producción esclavista** lo que se compra¹² es la persona y, como tal, se convierte en propiedad de alguien en su totalidad, del amo, y adquiere la categoría de un útil de trabajo más. El amo tiene la obligación de alimentar al esclavo porque si no pierde su propiedad, su instrumento de trabajo. La consideración del esclavo es esa.

Entre los romanos, por ejemplo, el matrimonio entre esclavos se consideraba semejante al apareamiento de reses. Aristóteles justifica la esclavitud en su obra “Política”¹³ y decide, pero no lo razona, – lo que es un insulto a la razón y, sobre todo, al hombre – que el esclavo sólo tiene capacidad para entender pero no para razonar. Lo que el amo tiene como propiedad es un objeto de producción, un elemento productivo como cualquier otro utensilio o herramienta.

La influencia de Aristóteles ha perdurado durante muchos siglos.

En el **modo de producción feudal** se refina la explotación del hombre y se establece un régimen de semiesclavitud, contribuye a asentarlos socialmente el derecho romano que tan sólo atañe a hombres libres, muy pocos.

La ventaja del señor feudal sobre el amo del modo de producción esclavista es que no tiene la obligación de alimentar a su vasallo, éste queda vinculado a una tierra cedida en precario por el señor y, además de tener la obligación de trabajar directamente para el señor, también tiene que pagarle impuestos.

El régimen es de dominio total por parte del señor, hay leyes que aceptan el “ius maletractandi” y, en ocasiones, hasta las leyes permiten la condena a muerte por parte del señor.

¹² Uso el verbo comprar en presente porque es sabido que hoy la esclavitud sigue existiendo como modo de producción, el comercio de esclavos es floreciente, sobre todo de niños-esclavos.

¹³ Aristóteles. *Política*. Ed. Gredos. Madrid 2.000. (pp. 12 y ss.)

En el **modo de producción capitalista**, especialmente a partir del capitalismo industrial, el capitalista¹⁴, el empresario es más sagaz, tan sólo compra una serie de instrumentos de trabajo en las cantidades que necesita, cuando los necesita y por el tiempo que los necesita, en concreto estos instrumentos de trabajo son la fuerza de trabajo. Lo que compra son unas horas, unos días,... a su libre disposición para que se convierta en trabajo concreto en aquello que el capitalista, el empresario considere conveniente para producir mercancías y eso es lo que paga. El valor de la mercancía fuerza de trabajo es cuestión distinta.

El empresario, a diferencia de lo que sucede en los otros modos de producción, no tiene la obligación de alimentar a su instrumento de producción, ni de cederle propiedad alguna, aun en precario. Eso le permite disponer del factor productivo, horas de fuerza de trabajo, por el tiempo que desee, para el trabajo que considere oportuno y, en principio, al precio que decida.

Se produce una transacción de la mercancía fuerza de trabajo, es decir una venta y una compra, esta transacción en algunos países está regulada, en otros no o si lo está la norma reguladora apenas se puede hacer cumplir por falta de medios o por otras causas. Además, esta transacción está regulada por leyes de manera que al empresario la ley le otorga el derecho a recibir por la mercancía que paga, fuerza de trabajo, un valor y una cantidad superior de la misma, es decir paga 1 y recibe por valor de 3, de 5, de 25... legalmente y según los lugares en los que compra la fuerza de trabajo.

Un ejemplo sencillo puede permitir ver con más claridad lo que sucede en la producción de mercancías. Un árbol por sí solo no vale nada, pero cuando alguien lo tala, alguien lo transporta, lo convierte en tablas y luego en un mueble, todo el proceso de transformación se ha realizado por medio de distintas clases de trabajo añadidas cada una a la anterior. El valor del mueble es la suma de las distintas clases de trabajo que han intervenido en su construcción, pues el árbol por sí solo no se convierte en mueble. El valor del mueble no incorpora el del árbol sino el de la manipulación del árbol. El árbol, suponiendo que sea un bien libre de los que nos regala la naturaleza, no tiene

¹⁴ Aunque no siempre coinciden empresario y capitalista en la misma persona, Scumpeter, entre otros, lo diferencia con claridad, no voy a hacer esa distinción ya que el concepto que hay tras una u otra palabra es claro. Empresa, empresario, capitalista aquí equivalen a lo mismo, al individuo o a la organización que compra fuerza de trabajo para producir diferentes mercancías con el fin de ganar dinero. Es algo simplista pero para lo que se está explicando es suficiente.

valor por sí mismo, lo tiene cuando alguien se adueña de la tierra en la que crece, etc. y se la da algún valor.

El valor del mueble es la suma de las distintas mercancías fuerza de trabajo que han realizado trabajos concretos. Es el valor de las horas de las vidas de quienes las han dedicado a construir el mueble. En el modo de producción capitalista es el valor de las horas de las vidas de quienes han vendido su fuerza de trabajo.

El valor de la fuerza de trabajo, de horas de vida de la gente es otra cuestión de difícil cuantificación. Aunque Marx llegó a una idea sobre ese valor, su solución no está clara pues intervienen diversos factores y circunstancias, algunas no consideradas por Marx, que hacen muy difícil la valoración de la mercancía fuerza de trabajo, no obstante el camino emprendido por Marx es el que conduce a una solución de alguna clase. También intentó determinar el precio de las mercancías a partir de esa idea de su valor y hasta bastantes años después no se llegó a una solución teórica más o menos satisfactoria, creo que fue Bortkiewicz quien llegó a esa solución. El problema es complejo.

Para realizar las diferentes clases de trabajo el empresario recurre al mercado de fuerza de trabajo y compra las horas que necesita por el precio que decide, aunque en muchos países hay precios mínimos establecidos por ley, también hay salarios según especialización, etc. que los establece el mercado. Pero la cosa funciona como se ha dicho.

Se habla de **mercado de trabajo** como el lugar en que los compradores y vendedores se ponen de acuerdo mediante el precio de la mercancía que sea y el precio depende de la oferta y la demanda de la mercancía en cuestión.

El mercado realmente es una conceptualización que facilita las transacciones. No es libre bajo ningún concepto, pues las transacciones están sometidas a numerosas regulaciones con peculiaridades según la clase de mercado; en el caso concreto del mercado de la fuerza de trabajo, se establecen algunos derechos en ciertos mercados y no se establecen derechos en otros mercados. Hay mercados que se podría decir que son legales, otros ilegales y otros alegales.

Sin la mercancía fuerza de trabajo no se puede producir ninguna otra mercancía. La mercancía fuerza de trabajo es la originaria del sistema capitalista, es su punto de partida.

Mercancía fuerza de trabajo y sociedad

La mercancía fuerza de trabajo tiene, tal como se considera en nuestro sistema, importantes consecuencias sociales. Asimismo tiene bastante relación con algunas de las posibles explicaciones del consumismo, así es que puede ser de cierto interés ver esto y reflexionar sobre el hecho.

Antes se ha recordado que el modo de producción condiciona la organización social, pues, según Marx, determina los procesos sociales, políticos y espirituales. También sabemos que el capitalismo tiene su naturaleza más profunda en la depredación humana en una de sus varias manifestaciones, entre sus resultados están la consideración del hombre como simple mercancía y la correspondiente forma de obtener plusvalía.

Esta característica social de la depredación humana, convertida en institución, origina, además del modo de producción, otras instituciones profundamente arraigadas en la sociedad. Una de las consecuencias de esto es que el hombre es considerado, dentro de la masa social¹⁵, tan sólo como instrumento, como medio y objeto de dominio de unos hombres por otros hombres.

Una de las varias manifestaciones de esto es la alta valoración social y la admiración de la gente por la riqueza, cuanto mayor es ésta, más alta es la consideración social de quienes la poseen. Pero sabemos que la única forma de producir riqueza es por medio del trabajo de los hombres y su acumulación se logra arrancándoselo.

Sabiendo que el sistema es injusto en su base, cuanto mayor es la riqueza de unos mayor es la injusticia para muchos, mayor es su miseria, no hay otra forma posible de acumular riqueza, ésta se acumula a partir de las mercancías y de ellas, puesto que en realidad hay una única mercancía, a partir de la mercancía fuerza de trabajo. Recuerdo una vez más que debe tenerse en cuenta la naturaleza según lo dicho antes.

La construcción y el funcionamiento del capitalismo, desde siempre, lo muestra con claridad; las distintas manifestaciones sociales también, desde las políticas hasta el ocio, pasando por la mayoría de las demás manifestaciones.

La consideración del hombre como mero instrumento para alcanzar otros fines distintos a los del hombre en sí hace que la sociedad no esté organizada para el hombre

¹⁵ Aunque más adelante, al hablar de aspectos de la fiesta en el consumismo, se recordará el distinto funcionamiento de la masa con respecto al individuo, no debe ignorarse este hecho para entender las distintas valoraciones de la masa según sean individuales o colectivas.

como tal, para que pueda desarrollar sus “potencialidades divinas”, en palabras de B. Russell¹⁶, a lo sumo se considera al individuo en la representación de roles sociales.

Desde esta consideración del hombre como mero instrumento, el capital es un tirano que exige y logra la sumisión de la sociedad.

Lo específico del capitalismo no es la explotación de unos hombres por otros, esto ha existido siempre y el capitalismo no lo ha cambiado, su especificidad es la compra y la venta de la fuerza de trabajo como una mercancía. El hombre ha pasado, en este modo de producción, de esclavo o vasallo a convertirse en una mercancía para producir otra clase de mercancías que culminan en la producción y en el aumento incesante del capital que es, tal como funciona nuestra sociedad, poder.

Esto, el **hombre-mercancía**, tiene gran importancia social e individual.

Nosotros aceptamos y nos enorgullecemos del capitalismo, pero en el mismo el hombre no es considerado como tal, se convierte en una simple mercancía que se vende y se compra, en la mercancía fuerza de trabajo, partes de las vidas de los hombres tienen como función ser meros instrumentos, útiles de trabajo. Lo mismo explicaba y justificaba Aristóteles de los esclavos.

Las dinámicas sociales que esto pone en marcha son diversas.

Cuando alguna mercancía de la clase que sea no es necesaria o ya no es útil se destruye o se almacena. Cuando alguna mercancía fuerza de trabajo no es necesaria o ya no es útil se hace lo mismo, así, el stock de desempleados esperando volver a ser útiles de trabajo o morir.

Sabemos que lo único que tienen la mayoría de los hombres para satisfacer sus necesidades es su fuerza de trabajo, ellos mismos e intentan venderse, no siempre ni todos lo consiguen, por el tiempo y por el precio que les ofrecen. Como esta mercancía es excedente en nuestro sistema, el individuo está al albur del comprador.

En nuestra sociedad de producción mundializada, la llamada globalización, en un mundo en el que no existen fronteras para el capital y por lo mismo para la producción, el excedente de fuerza de trabajo es muy superior al que imaginamos, pues nuestra visión sigue siendo local y la producción es mundial, lo que nosotros consumimos se ha producido en cualquier lugar del mundo. El problema del salvajismo de la explotación

¹⁶ B. Russell. *Sociedad humana: ética y política*. Altaya. Barcelona. 1.999 (p. 250)

de la gente con menos derechos es conocido, es la gente de la periferia. De esto nos beneficiamos nosotros para nuestro consumismo ignorando alegremente cómo se han producido esas mercancías, nuestras mercancías, pues nuestra dinámica social lo ha impuesto así.

Lo importante de todo esto es que condiciona, que determina la organización social sin que nosotros lo veamos; los valores y las conductas que se encuentran bajo esa determinación social están fuertemente arraigados en las conductas sociales tras siglos de repetirse.

Si esto sucede así es porque los valores sociales de los dominadores y de los dominados son esos, no se cuestionan. La contrapartida en la sociedad es, para no soportar e ignorar la realidad, la huida hacia la satisfacción y el placer individual por medio del consumismo.

La gente, al vender su fuerza de trabajo, lo que hace es vender una parte de su vida y el comprador, la empresa, el capitalista dispone, según su necesidad, de la inteligencia, la imaginación, los músculos, el corazón, la voluntad,... del individuo que ha logrado venderse por un tiempo.

Esta transacción que sabemos desigual tiene, además, otra particularidad, el comprador decide si compra o no lo hace por un día, una semana, un mes,... la fuerza de trabajo. También decide qué compra, es decir, qué individuo es comprado y quién no y, por tanto, a quién da la posibilidad de trabajar y a quién no o, lo que es lo mismo, decide quién va a vivir con mayor o menor dignidad y quién es eliminado o marginado del sistema y, además, impone el precio de compra al individuo, el salario. Esta descomunal arbitrariedad es asumida con normalidad por la sociedad. Una vez más se ve con claridad que el hombre no es tal, es una cosa, una mercancía y, aunque la gente no lo sepa, esa idea está hondamente arraigada entre nosotros.

Antes se ha recordado que el hombre no tiene derecho legal, en una sociedad de múltiples derechos, a la totalidad del producto de su propio trabajo. Este hecho normal, el hombre considerado como una simple mercancía no considerada en su justo valor, hace que la dinámica social tienda a ser de cosas, de mercancías y no de personas, de hombres. En nuestro consumismo esto se agudiza.

La aceptación sumisa de la degradación del hombre, de su vida hace que, al ser convertido en simple mercancía pagada injustamente, definitivamente el mundo de las

mercancías domine por entero en la sociedad, aun sin que el hombre tenga conciencia de lo que sucede. Ya hemos convertido todo, incluida nuestra propia vida, en mercancía.

No es extraño que conociendo cómo se producen gran parte de las mercancías que consumimos lo único que hacemos es seguir consumiendo, pues muy poca gente se mueve para evitar el salvajismo despiadado, no exagero nada, que hay en la periferia, también algo en el centro, ya que es nuestro derecho y ellos, mercancías peor tratadas que nosotros, producen para nosotros.

Se impone además la pelea por competir por el trabajo escaso que demandan las empresas. La pelea es realmente para que cada individuo pueda venderse al comprador, a la empresa que tenga a bien comprarle. En esta situación no es la conciencia social sino el obligado individualismo lo que impulsa. Quien no tenga suerte, habilidad o lo que sea en esta pelea queda relegado, excluido de la sociedad.

Aunque en varios países, los del centro, hay subvenciones para los parados y otras prestaciones sociales gratuitas, no resuelven el problema de fondo. La masa de hombres-mercancía que no puede venderse es grande en los países del centro y enorme en el conjunto mundial del sistema productivo¹⁷. Los subsidios son, donde existen, limitados y la tendencia de los gobiernos es a reducirlos y limitarlos más por diversas y peculiares razones. El problema de la mercancía originaria, el hombre-mercancía se agudiza.

En esta situación la sumisión es imprescindible para la mayoría de la gente. A la sociedad le parece bien ya que no hace nada por cambiarla.

No es necesario recordar los datos e informaciones existentes, son claros, fáciles de encontrar y no requieren grandes análisis para ver, aun de forma intuitiva, la situación real que es la global.

Siglos de funcionar socialmente el hombre como simple mercancía han logrado que sea una forma social natural y normal y nunca se piense. Es una conducta tan arraigada en los hombres que pocos la consideran en todo su significado y, en este sentido, nuestra actuación es clara. Tan sólo con ver qué hacemos y qué significa el otro para nosotros,

¹⁷ La consideración del problema creo que debe ser global, no es lógico del todo tener una producción mundializada y un consumo lo mismo y que el capital circule sin fronteras ni limitaciones y las personas

no intelectual o retóricamente, sino vitalmente, en nuestras vidas explica la consideración del resto de la sociedad y qué queremos de ella.

Como es natural nuestra propia consideración individual a partir de cuanto todos llevamos dentro, aunque lo tengamos dormido, a partir de nuestras “potencialidades divinas” hace que no nos veamos así y aceptemos la organización social dominada por el modo de producción capitalista como la única posible y, ese mundo es, dada la naturaleza del sistema, un mundo de mercancías.

El hombre-cosa, el hombre-mercancía frente al hombre, el hombre descentrado que rebaja la percepción de sí mismo, de sus verdaderas potencialidades que, en tanto no son tangibles o medios para el placer inmediato y efímero, se duermen o se ignoran.

Ante una conducta tan asumida e ignorada en su verdadero sentido, diferentes dinámicas sociales giran sobre ella.

La institución clave es la depredación humana y de la misma, en lo económico y en cómo determina la organización social al considerar al hombre como una mercancía, no se deriva que dicha organización social esté al servicio del hombre.

Algo tan enraizado en la sociedad como es la sumisión de los hombres al poder arbitrario de quienes poseen, controlan o sirven al capital supone una sociedad subyugada a partir del juego perverso que se hace con las necesidades vitales básicas de los individuos.

Al final, y muy relacionado con lo anterior, el consumismo es también una forma de huida y una forma de subsistir refinada o burdamente, pero no racional. Dice A. Camus: “El hombre no es reconocido y no se reconoce mientras se limita a subsistir animalmente”¹⁸

tengan todas las limitaciones y diferencias por el mero hecho de vivir o haber nacido en un lugar u otro. La mundialización es en una sola dirección.

¹⁸ A. Camus. *El hombre rebelde*. Alianza Ed. Madrid 2.001. (p. 166)

2 – LAS MERCANCÍAS EN GENERAL

Se acaba de ver que en el modo de producción capitalista la fuerza de trabajo es la única mercancía real, sin olvidar la tierra, la naturaleza, a partir de ella, por medio de la fuerza de trabajo, se producen todas las demás mercancías. Los distintos bienes que nos da la naturaleza son de gran diversidad, mediante el trabajo se transforman en lo que solemos llamar bienes, en las mercancías que inundan e invaden nuestras vidas, las de la mayoría de los individuos de los países del centro del sistema.

La inteligencia del hombre, sus habilidades, la división del trabajo, la especialización, la formación, etc. le permiten aplicar, adecuar la fuerza de trabajo a la producción de toda clase de mercancías que tienen como función básica satisfacer las necesidades de la gente, de la sociedad. Para alcanzar ese fin el hombre transforma, por medio de su trabajo, todo lo que la naturaleza le da y lo convierte en nuestros productos o recoge otros que directamente le ofrece la naturaleza, también con trabajo, ya sean productos tangibles como una mesa, una manzana o bienes intangibles como las ondas hertzianas.

El caso es que la inteligencia de que está dotado el hombre, cosa en la que, por otra parte, nada tiene que ver ni nada ha hecho, le permite descubrir propiedades, leyes de funcionamiento del mundo en que está inmerso y aplicarlas a la producción de cosas, de mercancías y aumentar el bienestar material de la gente.

De esta clase de mercancías no es necesario explicar demasiado pues son todas las que utilizamos en nuestra vida e inundan nuestro mundo, pero son única y exclusivamente transformaciones de bienes naturales por medio del trabajo y, según lo visto, podemos considerarlas resultado del trabajo. En estas páginas así se consideran.

Las mercancías en general revisten miles de formas. Estas son las mercancías que fascinan a la gente por diversas razones.

En las mercancías se encuentra algo más que lo percibido por los sentidos, ellas son las que incitan al consumismo y bajo sus formas encubren las verdaderas relaciones sociales que se dan en el modo de producción capitalista, además encierran una serie de peculiaridades y funciones que serán las que pueden explicar, en parte, el consumismo.

La gran abundancia de mercancías, abundantes unas y escasas otras son valoradas por la sociedad de diferentes maneras.

Las mercancías tienen un precio que no suele coincidir con su valor. En general suele considerarse que el precio de las mercancías lo establece el mercado en un sistema económico como el imperante, pero tanto el incuestionado y todopoderoso mercado, que suele definirse libre, como los precios, no está demasiado claro que funcionen como suele creerse.

Hay una gran variedad de mercancías adornadas de numerosas características, de atributos reales o imaginados por la gente.

Las mercancías permiten satisfacer las necesidades de los individuos, de la sociedad, de toda la sociedad, por toda debe entenderse el mundo entero, pues no es demasiado razonable vivir en una economía mundializada y de ella, sobre todo en la producción, y reducir nuestra sociedad a la del centro del sistema. Esto a pesar de que se dice a veces que no es posible, por ejemplo, alimentar a la sociedad mundial entera, pero con los incesantes avances técnicos, con la llamada revolución científico-técnica, la naturaleza que es generosa permite satisfacer todas las necesidades de toda la gente que vivimos en el mundo. Sin embargo suele decirse que eso no es posible, esta es otra de las falacias existentes que silencian conciencias.

Las mercancías son lo que permite acumular el capital, son el punto de partida del capitalismo, según se verá más adelante de manera muy simple y resumida.

Puesto que de lo que se encuentra debajo de las mercancías de forma encubierta, en algunos aspectos, y de forma no tan encubierta en otros es de lo que se va a tratar, en lo que sea posible ver, no voy a extenderme en más consideraciones acerca de las mercancías, de lo que antes se ha llamado mercancías en general.

3 – LA MERCANCÍA DINERO

Es una mercancía con características muy peculiares. El dinero es el intermediario entre las mercancías y el capital y permite transformar el trabajo en capital.

La gente ansía el dinero, habla de dinero, se desvive por el dinero y hasta mata por dinero.

Como cosa ideada por los hombres es innegable que en el dinero hay relaciones de los hombres, de unos con otros. Como cosa que está en la sociedad en un lugar preeminente para gran parte de los individuos debe tener algo especial y peculiar de los mismos individuos, de la sociedad en general.

El dinero no es únicamente lo que a primera vista percibe la gente que cree da libertad, poder y cosas de estas. Bajo la forma de dinero se encuentra algo más que todo eso que dice la gente.

Bajo el monopolio estatal o supraestatal de lo que los economistas llaman creación de dinero y los políticos gestión del mismo se encuentran fuerzas sociales de gran importancia.

Por lo general los economistas, que han escrito miles de libros sobre el dinero, no consideran las fuerzas sociales que se ocultan bajo la forma de dinero, que son las mismas que hay tras la forma de cualquier mercancía y éstas sabemos que son en su esencia las de la mercancía fuerza de trabajo, es decir, vidas de la gente.

Lo que aquí se explica acerca del dinero creo que no es muy ortodoxo, se trata de intentar ver qué se esconde bajo la forma de dinero y no estoy muy seguro de que sea correcto del todo. Lo que sí es cierto es que el dinero, como construcción social que es, encierra fuerzas sociales en él, no hay construcción social alguna que sea aséptica y neutral.

Al dinero le da la gran fuerza que tiene el **trabajo social**, creo que es eso el dinero.

De esto se habla a continuación en una especie de digresión.

Digresión sobre el dinero

Esta digresión sobre la mercancía dinero no habla de dinero en el sentido en que suele entenderse, sino del trabajo social, de una mercancía especial. Puede parecer panfletario lo que se expone, no es así, seguramente es incorrecto social y académicamente, además parece que hay una confusión y mezcla arbitraria de lo que los economistas llaman juicios de valor, tema bastante debatido, me parece que no es así, se trata de una posición determinada, no situada en ...ismo alguno, a diferencia de lo que sucede, en algunos casos, con los que cuentan cosas más o menos sociales.

Los manuales de economía suelen definir el dinero como un medio de pago generalmente aceptado por la sociedad, es decir, cualquier cosa que acepta la gente para el pago de las mercancías.

Las funciones básicas que suelen adjudicarse al dinero son: medio de pago, depósito de valor y unidad de cuenta, funciones que ya observó Aristóteles, le faltó añadir que el dinero también tiene la función de ser medida de pago diferido, cosa que se tomó en consideración hace relativamente poco tiempo.

De estas funciones del dinero la que aquí interesa más es la de **depósito de valor**.

Antes de seguir interesa averiguar qué se esconde debajo del dinero. Lo que realmente se encuentra bajo el dinero es trabajo, la mercancía fuerza de trabajo.

Para ver esto puede servir una explicación sencilla de Marx¹⁹.

En su esquema simple para explicar la producción de plusvalía establece la siguiente secuencia: $D - M - D'$, en la que D es el dinero valor del capital original, el del capitalista al iniciarse el proceso de transformación en mercancías por medio del trabajo, la mercancía es M y D' es la conversión de M en dinero, valor superior al del capital inicial.

Con D la empresa compra lo que Marx llama capital constante y los salarios que le permiten convertir el capital constante, que incluye las materias primas, en mercancía M

¹⁹ Soy consciente de que desenterrar esta explicación sencilla de Marx no está bien visto, pero creo que es la explicación correcta del proceso. En realidad no está bien visto nada relacionado con Marx, parece desfasado, antiguo, equivocado en todo y cosas así, sin embargo hay aportaciones tuyas que siguen vigentes; en el marco analítico algunas de tus aportaciones pueden servir para explicar algunas cosas con bastante claridad. Otras aportaciones tuyas son ignoradas porque la dinámica del sistema socio-económico ha inducido una serie de opiniones que no se cuestionan. Otras aportaciones tuyas no son claras o son fácilmente cuestionables.

que luego se convierte en D' , cantidad de dinero superior a D inicial. La plus-valía se produce en ese proceso.

Si el capital constante está dado, la mercancía no puede tener un valor superior al incorporado, que es trabajo (el salario pagado) y capital, sin embargo el precio que obtiene la empresa al vender M es superior y esto sólo es posible si el trabajo incorporado tiene un valor superior a lo que realmente la empresa paga por el mismo, por ese trabajo, el salario.

Esto es lo que realmente sucede. También está en eso la producción del capital de la empresa procedente de la plusvalía.

Esto sólo puede lograrse si el dinero tiene la propiedad de guardar valor, de ser depósito de valor, es decir, de trabajo, pues el valor se lo da a las cosas únicamente el trabajo incorporado a ellas.

Cuando la gente ahorra, lo que ahorra son salarios, es decir, trabajo y cuando ese ahorro se destina a comprar, por ejemplo, acciones de empresas, lo que hace es destinar una parte de su trabajo a eso. La diferencia está en la propiedad del capital, una parte es directa de la empresa, plusvalía que es trabajo, y otra es ahorro de la gente, también trabajo, hay otras formas de acumular capital. Las sociedades por acciones permiten eso dadas las necesidades de las empresas. Algunos lo llaman capitalismo popular.

El capitalismo moderno ha llevado a cabo una serie de importantes transformaciones en la forma de acumular capital, lo que le permite crecer ante las necesidades de las empresas, cada vez mayores. No puede entrarse en este tema ahora.

Para que el dinero cumpla con la función de ser depósito de valor la sociedad ha tenido que convenirlo así.

Ya se ha visto antes que las mercancías son trabajo que transforma los bienes de la naturaleza, en cierto sentido pueden considerarse únicamente trabajo. Las transacciones de mercancías, su compra y su venta, se hacen por medio del dinero, se emplea la misma moneda para todas las clases de mercancías. En este proceso una de las características que tiene el dinero es que permite homogeneizar, en cierta forma, las distintas clases de trabajo al convertir todo el trabajo en unidades monetarias que son las mismas para todas las empresas y mercancías.

La conversión de trabajo en unidades monetarias, en dinero, no es todavía capital, el dinero tan sólo se convierte en capital cuando se destina a producir mercancías y, por tanto, más dinero que llegará a convertirse en capital.

Al guardar valor el dinero y mantenerlo, se conserva el valor de la mercancía vendida previamente, es decir, trabajo.

Por las numerosas historias escritas sobre el dinero sabemos que puede ser cualquier cosa, es suficiente que así lo convenga la sociedad. Dinero pueden ser: el oro, la plata, el tabaco, conchas o cualquier otra cosa que acepte la sociedad y permita la comodidad en los intercambios y guardar valor.

Son conocidas las formas de dinero antiguas en distintos lugares y en momentos no tan antiguos, por ejemplo, el tabaco, cigarrillos u otras cosas, así, el tabaco en los momentos de la independencia de los USA o cigarrillos en algunos lugares tras la II Guerra o cosas similares en otros momentos y en diferentes lugares.

Cuando la gente realiza transacciones lo que hace es intercambiar trabajo plasmado en una mercancía o en un servicio por medio del dinero que, como se ha visto, homogeneiza todas las clases de trabajo.

Sin el comercio el dinero sería absurdo. Sin el comercio no se produciría capital. El comercio se realiza en el mercado, lugar de intercambio de mercancías por medio del dinero. El mercado es otra institución peculiar, incuestionada y hasta sacralizada en nuestros días, aunque también hay críticas a ciertas formas, creo que Stiglitz, en “El malestar en la globalización”, llega a hablar de lo que llama el fundamentalismo del mercado.

Antes de seguir puede ser útil recordar algo de lo visto: cuando pagamos una mercancía tan sólo pagamos trabajo; cuando ahorramos dinero lo que hacemos es ahorrar trabajo, lo permite la función del dinero de depósito de valor; cuando el dinero se convierte en capital es el trabajo lo que se convierte en capital.

Al separarse el dinero en el tiempo y también en el espacio de aquello que lo origina, el dinero adquiere una realidad independiente, pues permite comprar mercancías en

distintos lugares y en tiempos diferentes y acumular lo que representa y es: trabajo. Esa realidad independiente, como puede deducirse con facilidad, no es más que una mercancía, en este caso la originaria, el trabajo.

A una sociedad compleja como la nuestra, le corresponde una forma compleja de entender y utilizar el dinero, eso no quiere decir que sea complejo, el dinero es conflictivo que es algo diferente. Cuando intervienen otros factores ajenos al dinero en sí se convierte en complejo.

A una sociedad mundializada en la que el capital es totalmente hegemónico y poderoso, sociedad que puede considerarse, conceptualmente, de capital monopolista, le corresponde también el monopolio global del dinero.

Con la reciente puesta en marcha del euro, que no funciona bien, en una parte de Europa se ha pasado del monopolio estatal del dinero al monopolio supraestatal, más global. Se evidencian el capital global y el capitalismo global con tendencias monopolísticas.

El dinero posee un enorme poder dado lo que contiene realmente y dada su aceptación por la sociedad.

Teniendo en cuenta el medio material que da forma al dinero, el oro, la plata y en la actualidad el dinero fabricado por los bancos, los economistas hablan de creación de dinero, y considerando sus funciones así como la independencia adquirida con respecto a su verdadera naturaleza, la sociedad puede fabricarlo de varias formas y puede, en esto, hacer trampas, por ejemplo, fabricar dinero que no corresponde a trabajo efectuado, que lo fabrica.

Los economistas explican perfectamente lo relacionado con el dinero, lo hacen con una lógica total, pero es la lógica del sistema capitalista.

Al ser el dinero depósito de valor está fuera del espacio y del tiempo ya que un depósito de valor es un activo que mantiene su valor con el paso del tiempo, aunque en ocasiones, debido a algunas chapuzas que hacen quienes gestionan el monopolio del dinero, misteriosamente pierde valor, raras veces lo gana, pero sí puede ganar valor en relación a otros dineros de otros lugares. Hay otros depósitos de valor como las acciones de las empresas o las viviendas.

Una de las consecuencias de las características del dinero es que ha adquirido autonomía y, dada su practicidad, se ha convertido en una cosa independiente de su

origen y valorado por sí mismo, con la particularidad que, si las mercancías normales son producidas por medio del trabajo, la mercancía dinero representa y es trabajo abstracto y homogeneiza todas las clases de trabajo, tanto el pagado por la empresa como el no pagado del que se apropia gratuitamente amparada por la ley. Así, el dinero se convierte en la expresión del **trabajo social**.

También forman parte del trabajo social el capital acumulado y la riqueza producida.

El dinero, convertido en mercancía independiente cuando es depósito de valor, es mercancía porque su valor procede del valor de todas las mercancías, del trabajo social y es, por expresarlo de alguna manera, **mercancía de mercancías** cuando actúa y su máximo poder lo alcanza cuando se convierte en capital. Éste no es dinero en sentido estricto, el dinero es un intermediario entre el trabajo y el capital.

Como mercancía que ha adquirido independencia de su origen y está fuera del espacio y del tiempo, con matices, el dinero permite toda clase de movimientos.

Al ser un medio aceptado por la sociedad y estar garantizado por el monopolio estatal o supraestatal, el dinero da confianza y ventajas en su uso y manejo.

A su verdadera naturaleza se le añade una nueva característica fundamental no explicitada, la de aglutinar, representar y ser poder sobre el trabajo social presente y futuro. No debe olvidarse que el monopolio del dinero lo fabrica por conveniencia del sistema.

Una moneda nadie sabe a qué mercancía concreta corresponde, pero tiene la capacidad de guardar valor; ya se ha visto antes que el valor es el del trabajo que guarda, que encierra. El trabajo que guarda una moneda es trabajo abstracto pero real.

Al dinero le da su valor el trabajo que atesora no el B. Central, lo que éste hace es manejar el trabajo social fuera de los cauces democráticos en la mayoría de las peculiares democracias actuales que son meramente formales.

Al haberse establecido el monopolio nacional o supranacional del dinero y haberse convertido éste en una mercancía abstracta e independiente de su origen, los monopolistas del dinero pueden fabricarlo a su antojo, pero no suelen hacerlo caprichosamente sino de acuerdo con lo que los llamados expertos entienden que debe hacerse. Para evitar tentaciones y estropicios graves nos dicen que el dinero, que es nuestro trabajo social, debe ser controlado y manejado por técnicos que están fuera de las vicisitudes políticas. Esto, además de antidemocrático es una falacia.

Cuando el B. Central fabrica, crea en terminología de los expertos del tema, o permite que los bancos privados fabriquen cantidades determinadas de dinero, lo que hacen es anticipar trabajo futuro que puede realizarse o no.

Con un ejemplo se verá claro esto de anticipar trabajo futuro. Si un individuo decide comprar un coche y no tiene ahorros para pagarlo lo que hace es pedir dinero prestado, a un banco por ejemplo. Ese individuo únicamente dispone de su salario, resultado de su trabajo, para devolver el préstamo. El banco lo que ha hecho ha sido adelantarle salarios futuros, trabajo futuro que irá pagando mes a mes con su trabajo de los meses venideros. Cuando un banco le presta dinero a una empresa para invertir en capital hace lo mismo, le adelanta trabajo futuro que deberá detraer a los trabajadores, el banco le adelanta plusvalía futura.

Ahora bien, ese trabajo futuro puede no realizarse, el comprador del coche quedarse sin trabajo o la empresa hacerlo mal. Es cierto, sin embargo, que dentro del sistema eso no realizado por quien debería haber hecho ese trabajo irá a parar a alguien y, de una u otra forma, se pagará y no necesariamente con producción de mercancías, con trabajo.

Así, cuando el B. Central permite fabricar dinero a los bancos privados, lo que hace es permitirles anticipar trabajo futuro y ese trabajo social futuro lo manejan los bancos privados.

Con el monopolio estatal o supraestatal al B. Central se le permiten una serie de manejos de su poder sobre el trabajo social, esos manejos son suyos, únicos y exclusivos.

Los bancos privados, por su parte, se convierten en dominadores, gestores y fabricantes autorizados, en virtud de no se sabe qué privilegio, del trabajo social. Con la actual tendencia a las concentraciones bancarias, al monopolio bancario privado, se les está dando a unos pocos individuos un enorme poder, el poder sobre el trabajo social. Estos individuos apenas responden ante la sociedad y están fuera de cualquier vicisitud política y democrática.

Los economistas monetaristas dicen bastantes cosas acerca del dinero, los no monetaristas también, pero para los primeros el del dinero es un tema importante de la economía, pues bien, entre otras muchas cosas dicen que los precios de las mercancías dependen de la cantidad de dinero y ésta depende de los manejos de los B. Centrales; que el nivel de precios, la tasa de inflación depende de lo mismo y es así en parte, pero

realmente los precios de las mercancías dependen de quien se los pone, de cada empresa. Este de los precios de las mercancías es otro tema interesante y tiene que ver con la plusvalía, que las empresas siempre desean sea mayor, con la codicia humana, etc.

Para manejar el monopolio del dinero el B. Central hace, por medio de la política monetaria, varias cosas como son: que haya una cantidad u otra de dinero en la sociedad, que los tipos de interés, es decir, el precio del dinero sea uno u otro o lo que es lo mismo, el precio del trabajo social.

Este asunto de los tipos de interés también es digno de consideración, realmente es un problema. Antiguamente hubo largas discusiones filosóficas, teológicas, etc. sobre la usura y se dijeron cosas peculiares, desde que no se podía cobrar interés por prestar dinero hasta lo contrario. En esto la Iglesia tuvo algo que decir; como no estaba claro el asunto se acabaron encontrando una serie de subterfugios para cambiar las palabras y las ideas pero sin cambiarlas y al final se admitió el cobro de interés, la usura, por prestar dinero sin que fuera pecado.

Hoy el interés del dinero, el precio del trabajo social, lo decide el B. Central.

Si consideramos el dinero de un país como expresión del trabajo social es difícil entender lo del interés tal como se maneja y se justifica. El interés del dinero es un reparto de trabajo futuro entre dos: el usurero y el prestatario, este reparto se hace en proporciones desiguales según las características de uno y otro. Lo misterioso de todo esto es que hay momentos en los que el precio del dinero es muy alto y momentos en los que es muy bajo. Es difícil de entender que si hoy un trabajo futuro que se espera genere una plusvalía de 100, la misma se reparta entre el usurero y el capitalista, el prestatario, en la proporción de 5 a 95 y mañana o dentro de unos días o semanas el reparto de lo mismo, de trabajo futuro, se haga en la proporción de 15 a 85, por ejemplo. Dicho de otra forma, suponiendo que el tipo de interés, 5 o 15 sea el precio del dinero, lo cual es mucho suponer, de un día para otro o en pocos días se triplica, esto obliga al prestatario a una serie de acciones, la más importante es la de arrancar más plusvalía a sus trabajadores.

En esto del precio del dinero – no se olvide que se está hablando de una mercancía, estas páginas no hablan de dinero – surgen algunas dudas. Ya se sabe que en el sistema capitalista el valor de una mercancía es lo que cuesta producirla y que su valor y su precio nunca coinciden. Si es así, el valor del dinero, no su precio, debe ser lo que

cuesta producirlo, pero como no es una mercancía como las otras sino que es una mercancía abstracta y, en cierta forma, las otras mercancías, su precio no está claro.

El dinero, además, no se vende en sentido estricto, se presta, es decir, se avanza trabajo futuro y el préstamo debe devolverse con ese trabajo futuro. Esto es recordar, en algo, cuestiones antiguas, escolásticas, de la prohibición de la usura, pues, según los antiguos, el tiempo es de Dios y no puede tener precio entre los hombres.

Para poner un precio al dinero, al trabajo social, se consideran otros factores y se establece un precio por adelantar trabajo futuro. El precio lo establece un organismo público que controla la fabricación del dinero pero no obtiene beneficios de ello sino que lo obtienen organizaciones privadas. El libre mercado deja de existir para esta mercancía, cosa comprensible puesto que es algo parecido a, como se ha dicho antes, mercancía de mercancías y es la única que puede convertirse en capital.

Es un asunto de técnicos y éstos intentan, con lo que conocen sobre el tema, que la economía funcione lo mejor posible, pero no se sabe muy bien en qué consiste el mejor funcionamiento ya que siempre hay consecuencias sociales. Por ejemplo, si hay inflación suelen aumentar los tipos de interés, es decir, el precio del dinero, del trabajo social y casi siempre supone un aumento del paro.

Se maneja el trabajo social y muchos de los que lo aportan, que son los que menos tienen que ver con los manejos que hacen los técnicos, son expulsados o marginados de lo que es suyo.

Si la inflación es producida por el gobierno es parecida a un impuesto injusto y si es producida por las empresas es un asunto de codicia, lo lógico sería que se penalizase al gobierno o a los codiciosos, pero es al revés, y no a la sociedad más indefensa ante estas vicisitudes del sistema.

Además y debido a lo que es el dinero están las tentaciones que suscita en la gente. Cuando la gente codicia dinero, lo que hace es desear poseer vidas ajenas.

La sociedad todo lo premia con dinero, con trabajo social, con trabajo y la gente lo ansía.

Robar dinero legal o ilegalmente es robar trabajo ajeno.

La fabricación de dinero por el sistema bancario tiene, además de anticipar trabajo futuro, capital futuro, otra función que es la de acelerar los procesos de concentración

del capital, el capitalismo monopolista, al mismo tiempo perpetúa y aumenta las desigualdades, la injusticia.

Es de tal importancia el manejo del dinero que la sociedad apodera para ello, para su gestión en el monopolio estatal o supraestatal a gente, expertos nombrados por acuerdos, pero no elegidos democráticamente ya que se supone que la economía puede estar sometida a vaivenes, que son las irracionalidades no admitidas del sistema, a luchas políticas, etc. y los expertos están por encima de todo eso. Esta es una grandísima falacia que encubre la dictadura del capital. Además de absurdo es contradictorio pues escapa de esto la banca privada. Si se nacionaliza o supranacionaliza el B. Central no se entiende que no se haga lo mismo con todo el sistema bancario y sea manejado por neutros expertos ya que se maneja una mercancía clave, el trabajo social.

Puede imaginarse, en un momento de ensoñación surrealista, que los gobernadores de los B. Centrales nacionales o supranacionales, en el caso de Europa el BCE, fueran elegidos democráticamente entre alternativas que ofreciesen a la sociedad diferentes programas para mejorar el manejo del dinero general, del trabajo social presente y futuro, pues afecta tanto a nuestras vidas como cualquier otro aspecto, en asuntos económicos, por ejemplo, la política fiscal u otras, que sí contienden en las peleas por el poder.

También se puede imaginar un programa que contenga puntos sobre las transacciones especulativas de dinero, sobre los que operan en paraísos fiscales (es significativo el nombre de paraíso), sobre las grandes empresas, sobre las causas directas de la inflación, sobre la masa monetaria, tipos de interés, etc. y que ese programa fuese eminentemente social y respetuoso con el trabajo social.

No hay ninguna razón para que no pueda haber alternativas como ahora no las hay. Es indudable que eso tendría algún efecto sobre el sistema.

Este dogma de la asepsia de los manipuladores del dinero es un dogma incuestionable en el actual sistema capitalista y en la dirección que lleva, pero la dirección arrastra a la sociedad, no debe olvidarse que el sistema lo constituimos todos y condiciona y, en cierta forma, dirige nuestras vidas.

Nos dicen que los expertos guardianes del dinero son probos funcionarios, inmunes e intachables, independientes, fuera de las vicisitudes mundanas y por encima de ideologías y de la política. Esto es aceptado sin más, forma parte del dogma, de la fe

irracional con que se reviste la pretendida complejidad del dinero, no está al alcance del pueblo, de los creyentes que debemos ser todos.

Si esto es así, toda la actividad pública debería gestionarse de esta forma, sólo los expertos están capacitados para decirnos qué es lo mejor para nosotros y debemos actuar según nos indican.

Para asentar la idea, con frecuencia a los expertos los llaman sabios, el lenguaje tergiversador una vez más; más bien parece que ya hayamos llegado a la República platónica, al gobierno de hombres sabios. Claro que Platón escribió La República para explicarnos la justicia y los sabios actuales aplican su pretendida sabiduría a mejorar y perfeccionar el sistema capitalista que, como es sabido, está basado en la injusticia.

El dinero que es trabajo social y más que eso, en su manejo se le hurta a la sociedad, se procura preservar el sistema capitalista, y su instrumento esencial, de los avatares políticos y el manejo lo hacen los expertos o sabios y unos pocos también, cada vez menos pero mayores, en el manejo y apropiación privada del sistema financiero.

Los gobiernos cambian, los gestores políticos del capitalismo también, pero el poder financiero está al margen de los cambios políticos. Una parte del poder real sobre la gente, sobre la sociedad es gestionado antidemocráticamente, no sé si por medio de una oligarquía peculiar o de una nueva aristocracia, más peculiar aun, dentro de las distintas nuevas aristocracias que van apareciendo.

La gente cree que el dinero da libertad, poder, seguridad, etc. El poder del dinero es el del trabajo que atesora, el de vidas de la gente, eso es lo que concentra, mercancía trabajo, eso es lo que da poder y es el poder entendido de manera viciada por nuestra sociedad, es lo que a la gente le atrae, aunque lo ignore, poseer, en última instancia, trozos de vidas de la gente, esa es su enorme fuerza y su importancia. Esa es la mercancía dinero. Pero por encima de ella todavía hay otra: el capital.

4 – LA MERCANCÍA CAPITAL

Manuales de economía más o menos avanzados cuando se refieren al capital dicen: “el capital es un stock, es decir, el valor monetario de todos los edificios, máquinas y existencias en un determinado momento del tiempo”²⁰

Antes ya se ha visto de dónde procede una parte del capital. El capital es tan sólo trabajo, tanto el no pagado legalmente por la empresa como el procedente de salarios ahorrados que pueden convertirse en capital o, incluso, el fabricado por los bancos cuando prestan dinero no producido, es decir, trabajo futuro. En los distintos casos la conversión en capital es por medio del dinero. El dinero no es capital, se convierte en tal cuando se utiliza para producir mercancías, mientras tanto puede decirse que es capital en potencia.

Dada su naturaleza, el capital tiende a crecer y puede hacerlo indefinidamente, mientras la gente trabaje puede generarse capital.

El capital, que es trabajo acumulado para producir mercancías y más capital y, por lo mismo, crecer, en la actualidad se acumula de varias formas ideadas por la sociedad para satisfacer las necesidades del mismo capital.

En el momento actual, de importantes avances técnicos, aumento de la población, tendencia al capital monopolista, equipos productivos de alto valor para satisfacer las necesidades crecientes de la población, etc. las empresas necesitan enormes volúmenes de capital.

Las formas ideadas por la sociedad para acumular capital se han modificado, se han transformado en la misma medida en que lo ha hecho la sociedad, las transformaciones continúan produciéndose con los cambios sociales, a veces se adelantan a la sociedad.

Algunas de las nuevas formas de acumular capital son claras, otras aparecen difusas y encubiertas.

Entre los cambios producidos en las formas de acumular capital se encuentran: El gran desarrollo de las sociedades por acciones que permite convertir el ahorro de la gente en capital. La consolidación del capital monopolista. El desarrollo del sistema financiero.

²⁰ R. Dornbusch y S. Fischer. *Macroeconomía*. McGraw-Hill. Madrid 1.997 (p. 369)

Los grandes avances técnicos y organizativos. La mundialización de la economía en un solo sentido. La constante innovación tanto de productos como de procesos productivos. Las fusiones y adquisiciones de empresas. El establecimiento de lo que se ha dado en llamar el estado del bienestar. La aparición de una nueva clase de capitalistas profesionales no propietarios del capital. Los monopolios informativos. Los organismos supranacionales de varias clases, etc.

Dada la gran extensión de estos temas y que se apartan del fin de estas páginas es imposible abordarlos ahora.

Entre esas formas está el llamado capitalismo popular y la hegemonía total en el mundo actual de un único sistema económico. Las nuevas formas de arrancar plusvalía directa o indirectamente se han sofisticado, como lo ha hecho el capitalismo actual en el centro del sistema, manteniendo o incluso superando las formas despiadadas del primer capitalismo industrial en la inmensa periferia.

La importancia de estos cambios no es únicamente de los cambios en sí, sino de la mentalidad social que los acepta sin cuestionamiento alguno y sin mirar alrededor.

Es revelador que se acepte la desigualdad como algo normal desde la mentalidad de las sociedades capitalistas. Galbraith lo recuerda con claridad: “Y, de hecho, la defensa de la desigualdad en la sabiduría convencional descansa, ante todo, en su papel funcional en cuanto incentivo y fuente de capital”²¹

Lo único que ha hecho el capitalismo ha sido sofisticar la institución depredadora en el centro y cuando, en la periferia no es así, ha logrado la ignorancia o la indiferencia de la sociedad.

El capital es la misma mercancía originaria, procede, tras diversas modificaciones, de la mercancía fuerza de trabajo, con un intermediario que es el dinero. El instrumento directo es la empresa.

El capital es, dada su naturaleza, acción, crecimiento constante, expansivo y la muestra palpable de poder pues, no se olvide esto, está constituido por algo vivo, por vidas de la gente en sentido real, no figurado.

Al realizarse y concretarse el capital por medio de las empresas de todos los tamaños y en millones de empresas, que son el instrumento central del sistema económico junto

²¹ J. K. Galbraith. *La sociedad opulenta*. Altaya. Barcelona. 2.000 (p. 124)

con el consumo y existir una mentalidad depredadora arraigada en la sociedad e ignorada por el refinamiento alcanzado, el impulso adquirido para acumular y concentrar capital es muy notable.

A mayor cantidad de capital corresponde mayor poder, cuanto mayor es la empresa mayor es su poder en la sociedad. Las empresas están fuera de la contienda política, fuera de los controles democráticos mínimos. Hay leyes, es cierto, pero es sabido cómo son y cómo se aplican e interpretan en muchas ocasiones.

El capital es, en cierta forma, la **mercancía suprema** y poderosa realmente, cosa lógica si se recuerda de qué material está construido, qué concentra en él.

Lo que todo esto supone en la consideración social es conocido y largo de explicar para seguir ahora con ello.

Lo único que hay bajo las mercancías de la clase que sean es trabajo, por supuesto que es imprescindible lo que los antiguos llamaban tierra como uno de los factores productivos, ya se ha recordado antes.

Según sea el sistema económico y si es más o menos “humano” el trabajo, la plusvalía según Marx, es arrancado de forma legal a la gente más o menos injustamente. En nuestro sistema capitalista, el de la propiedad privada de los medios de producción, del capital, siempre es injusta la forma de lograr y acumular capital.

II – CONSUMISMO Y CONSUMO

A partir de las explicaciones anteriores, breves e incompletas y, por lo mismo, difusas pueden intuirse algunos criterios para entender y reflexionar acerca de qué se esconde bajo el consumo y, sobre todo, del consumismo.

Dado que las mercancías son producciones del hombre y las consumen los hombres para satisfacer necesidades de la clase que sean, en las mercancías hay relaciones de los hombres; que esas relaciones estén claras o no es otra cuestión.

Las relaciones humanas se plasman, de una u otra forma, en actuaciones, en acciones, en hechos y éstos, en ocasiones, no son lo que a primera vista puede observarse sino que en esas actuaciones subyacen diversas motivaciones que, a veces, están ocultas y forman parte de las explicaciones de nuestras conductas.

Algunas de las explicaciones de esas conductas es lo que se intenta ver a continuación.

En cuanto a qué puede considerarse consumo y qué consumismo no está claro, los límites que separan uno de otro son difusos, no es un problema de cuantificación sino de actitudes. Que haya mayor nivel individual de consumo en unas sociedades que en otras no significa que la de mayor nivel de consumo sea más consumista que la de menor nivel. Con el avance material de las sociedades el consumo de las mismas aumenta debido a las nuevas necesidades sociales que se van produciendo, eso no implica el consumismo.

Las necesidades surgen, en parte, impulsadas por la producción de mercancías; la valoración que hace la sociedad de los individuos según los bienes que poseen estimula el consumismo²².

Algunos autores críticos insisten en esto y explican la necesidad del consumo. H. Johnson sostiene que: “el propósito de la organización económica no consiste meramente en satisfacer las necesidades, sino en crearlas”²³

La **mentalidad de nuestra sociedad es netamente consumista** según puede observarse. Los límites entre consumo y consumismo son imprecisos, pero dada la

²² J. K. Galbraith. *La sociedad...* (pp. 200-201)

²³ H. G. Johnson. *Economía y sociedad*. I Ed. Orbis. Barcelona 1.985 (p. 49)

valoración social a partir de la ostentación y el deseo de la gente de mostrar su valor social de esa forma, la sociedad en general es consumista. Si además se tiene en cuenta nuestro desprecio²⁴ ante quienes producen en condiciones infrahumanas para nuestro consumo es innegable que nuestra dinámica es de consumismo puro, tanto por el consumo de mercancías superfluas como por nuestra necesidad de seguir incrementando el consumo sabiendo que procede de disparates y salvajadas en la producción.

Aparte de esta dinámica social de consumismo está la gente, minoría en nuestra sociedad consumista, que de forma enfermiza por razones personales, conflictos individuales, compensaciones, etc. llega a sufrir verdaderos problemas económicos con su gasto en mercancías que no llega a utilizar, es la enfermedad agudizada. Este es un problema de otra clase que aquí no se aborda.

Posiblemente para establecer los límites entre consumo y consumismo habría que hacer planteamientos distintos a partir de lo que se piense que es el hombre, de estar el hombre en el mundo o de tratar de ser y en esto intervienen no valores morales o cosas parecidas sino la consideración del hombre como tal y el fin que se proponen los hombres en sí mismos, el hombre que es en sí, sin necesidad de atributos externos, en el mundo donde vive para su desarrollo completo como hombre y no para lo que ahora hacemos.

Un mundo, una organización social en la que el hombre es real y vitalmente una mercancía, con dominio cruel del capital privado construye un mundo de mercancías para que el capital siga creciendo en su dominio, un mundo así es necesariamente consumista. Frente a este mundo, en un mundo construido a partir del hombre, en lo que es y para el hombre, las mercancías se convierten en bienes para satisfacer las necesidades de todos y para construir el mundo del hombre.

En cuanto a algunas posibles explicaciones del consumismo, la primera de ellas, citada al principio, no se va a considerar. La explicación es larga y todos tenemos una idea intuitiva de la importancia del consumo para el capitalismo actual, basta con ver lo que representa en la formación del PIB de los países, sobre todo los del centro del sistema.

²⁴ Aunque la mayor parte de la gente niega esto, por lo menos en sus palabras, los hechos muestran con claridad que las cosas no son como decimos sino como son. Los hechos dicen que, conocedores de cómo

Tan sólo se van a recordar dos o tres puntos.

El capital es expansivo por naturaleza.

El consumo es un factor muy importante tal como se desarrolla el capitalismo actual.

Las formas de acumularse capital se van modificando de acuerdo con los cambios que se producen en la sociedad; esos cambios son, en parte, impulsados por el propio sistema. En la actualidad puede considerarse que lo vigente es el capital monopolista, con peculiaridades, hegemónico en nuestro mundo.

Hay, además, un centro del sistema y una enorme periferia a su servicio.

Las sociedades del centro son ideológicamente capitalistas en gran parte.

Para el tema sobre el que se hace esta reflexión, las mercancías, su consumo y su producción son la base del sistema.

La producción es inseparable del consumo. La forma actual de producir es, en un sistema mundializado, inseparable del consumismo masivo.

La evolución de los modos de producción ha dado siempre como resultado avances en el refinamiento de las formas depredadoras del hombre sobre sus semejantes en esta vertiente de la depredación humana.

Cada modo de producción ha tenido una duración de siglos y, en el cambio, el nuevo modo de producción convive con los anteriores en distintos grados. Cada uno es resultado de los avances y refinamientos sobre los anteriores, por lo que no hay ninguna razón para pensar que el actual sea el último y definitivo, más bien parece lo contrario dadas las características que tiene, su naturaleza y las bases en que se asienta, así como las consecuencias de diversa índole que está produciendo.

Siempre son procesos y construcciones que realizan los hombres.

La dirección del cambio no está clara ni a corto ni, mucho menos, a largo o muy largo plazo. El cambio no depende de determinismos sino de la dirección que los hombres como tales lleven.

se producen gran parte de nuestras mercancías, no hacemos nada para evitar los sufrimientos que infligimos de esta forma.

1 – SOBRE EL FETICHISMO DE LAS MERCANCÍAS

Marx explica que las mercancías están llenas de “sutilezas metafísicas y resabios teológicos”, las mercancías establecen una relación social y “si queremos encontrar una analogía a este fenómeno, tenemos que remontarnos a las regiones nebulosas del mundo de la religión, donde los productos de la mente humana semejan seres dotados de vida propia, de existencia independiente y relacionados entre sí y con los hombres. Así acontece en el mundo de las mercancías con los productos de la mano del hombre. A esto es a lo que yo llamo el fetichismo bajo el que se presentan los productos del trabajo”²⁵

Según Marx, las relaciones sociales que se establecen por medio de las mercancías son más profundas que lo observable inicialmente, no son relaciones de cosas sino de aspectos vitales.

Aunque la función primordial de las mercancías es satisfacer las necesidades de la sociedad, en ellas hay algo más. Incluso las clases de necesidades y su valoración son diversas.

Las **relaciones sociales que se esconden tras las mercancías** son reales y, en cierto sentido, el razonamiento analógico de Marx lleva a semejarlas a un fetichismo particular que sugiere aspectos ocultos en formas del consumo y especialmente del consumismo.

Puede verse esto un poco más en extenso.

El fetiche es un “ídolo objeto de culto al que se atribuye poderes sobrenaturales, especialmente entre los pueblos primitivos”, así lo define el diccionario de la RAE. Fetichismo es, entonces, el “culto de los fetiches” y también “idolatría, veneración excesiva”, además está el significado psicológico referido a “desviaciones sexuales”.

Interpreto que para Marx, en el mundo de las mercancías los hombres las consideran independientes de las relaciones sociales que se establecen por medio de ellas, que se encuentran en las mercancías, lo sepan los individuos o lo ignoren.

Estas relaciones son claras si se profundiza un poco. A partir de esto puede entenderse que es como si las mercancías se convirtiesen en fetiches, es como si tuviesen poderes “sobrenaturales”.

²⁵ K. Marx. *El Capital. Vol I*. FCE México. 1.973. (pp. 36 y 38)

Algunas de las relaciones sociales que se establecen por medio de las mercancías son claras y otras bastante más complejas.

De las relaciones sociales más evidentes no creo necesario hablar ahora, supondría un alejamiento de lo que ahora se intenta entender. Algo se ha insinuado al recordar cómo el modo de producción condiciona la organización social. La producción es siempre de mercancías, a partir de ellas se determina todo lo demás.

Una reflexión, aun superficial, sobre el sentido más primario de este hecho con “sutilezas metafísicas y resabios teológicos” procurando un acercamiento a las “regiones nebulosas del mundo de la religión” puede permitir encontrar algún sentido a las relaciones más complejas y ocultas que se encuentran en las mercancías. Las consecuencias de esto último son, en parte, algunos de los impulsos irracionales de mucha gente hacia el consumismo. La crítica de Cioran es clara: “Idólatras por instinto, convertimos en incondicionados los objetos de nuestros sueños y de nuestros intereses”²⁶

La idea del fetichismo puede encontrarse en diversas formas del consumismo. Es más que una idea, es algo vital y es también sentimiento difuso²⁷

Consumismo y sacrificio.

En su obra “Tótem y tabú” Freud dice respecto del canibalismo que: “absorbiendo por la ingestión partes del cuerpo de una persona, se apropia el caníbal de las facultades de que la misma se halla dotada”²⁸

Debe recordarse que las mercancías llevan incorporadas directa y realmente trozos de vidas de la gente, por lo que en el consumo, en la satisfacción de nuestras necesidades, algo de esas vidas consumimos, si es posible expresarlo así.

²⁶ E. Cioran. *Adiós a la filosofía*. Ed. Altaya. Barcelona 1.998. (p. 7)

²⁷ El sentimiento no es más que la impresión que algo produce en el alma, también es emoción entendida como un estado de ánimo, es decir, del alma debido a ideas, recuerdos, hechos y suele conllevar alguna forma de expresar ese estado. El origen del sentimiento puede ser externo o interno de la propia alma, aunque creo que las causas internas no son autónomas y tienen que ver con otras causas entre las que las ideas platónicas del conocimiento pueden permitir explicarlas, por lo menos en parte. Para lo que aquí trato de explicar se ve con claridad que las mercancías estimulan el sentimiento.

²⁸ S. Freud. *Tótem y tabú*. RBA. Barcelona 2.002. (p. 59)

En el sistema capitalista se da esto y algo más. En un intercambio justo – esta es una cuestión que le es ajena por completo al sistema– probablemente se daría el intercambio de trabajo por trabajo equivalente, de trozo de vida por trozo de vida equivalente. En el consumismo de la sociedad capitalista eso cambia y se da una "apropiación “de trozos de vida de alguien sin contrapartida equivalente.

En el mismo apartado sobre el fetichismo, Marx explica vivamente que todas las mercancías son “gasto esencial de cerebro humano, de nervios, de músculos, sentidos, etc.”²⁹ Dicho de otra forma, en toda mercancía, que es trabajo, hay un pedazo de las vidas de la gente en el sentido más real y verdadero que imaginarse pueda. Al consumir consumimos, destruimos – luego se verá que lo que hacemos no es destruir sino transformar – vida de la gente, la empleada para producir mercancías.

En un sistema injusto, como es el nuestro, **el consumo** y, sobre todo, el consumismo es, en cierta forma, **similar** a ese **canibalismo** recordado antes. Aunque sabemos que el primitivo canibalismo se suavizó y modificó en las formas, su naturaleza irracional, para nosotros, es la misma; la racional se encontraría a partir de otro sentido de la justicia.

De otra forma, este consumir vida de la gente que es real podría recordar al sacrificio primitivo: “un sacrificio, por ejemplo, no sólo reproduce el sacrificio inicial revelado por un dios ab origine, al principio, sino que sucede en ese mismo momento mítico primordial; en otras palabras, todo sacrificio repite el sacrificio inicial y coincide con él”³⁰ Esa imitación de los arquetipos abole el tiempo.

El sacrificio consiste en ofrecer algo a la divinidad, ya sea como homenaje ya sea como expiación. Muchos sacrificios establecidos en la antigüedad ofrecían vidas reales de la gente, a veces doncellas vírgenes, otras jóvenes,... y esto en casi todos los lugares.

Un ejemplo bíblico interpretado y reinterpretado en varias ocasiones puede permitir ver lo racional o lo irracional del sacrificio, o la mentalidad del Antiguo Régimen, la del gobierno por derecho divino o la de una sociedad más racional.

El dios de Abraham le exige que le ofrezca en sacrificio a su hijo y realiza, llevado por su fe, todos los preparativos para el sacrificio, más tarde Dios lo evita. Es innegable que aunque sea el Yaveh de la Biblia su origen es peculiar, es un dios volcánico que entre sus atributos está la cólera implacable, terrorífica y grandiosa, así lo describen sus intérpretes, por lo que lo menos que puede exigir es un sacrificio cruel. En este caso se

²⁹ K. Marx. *El Capital. Vol I. ...*(p. 37)

³⁰ M. Eliade. *El mito del eterno retorno*. Alianza Ed. Madrid. 2.000. (p. 42)

mantiene el recuerdo del dios antiguo, anterior al Yaveh de ese monoteísmo, manteniendo sus atributos.

En las reflexiones sobre la fe suele ponerse como ejemplo el de Abraham, Kierkegaard lo hace en la mitad del siglo XIX³¹, casi 2.000 años después de haber sido abolido ese dios cruel y sustituido por un Dios de amor real, por tanto lógico. Sin embargo Kierkegaard mantiene el dios de Abraham, el que exige el sacrificio, es todavía el dios del antiguo Régimen, como era Kierkegaard en su mentalidad. Sin tener la fe liberadora no podía salir de lo antiguo, el rey por derecho divino, etc. y es, entonces, un dios ilógico, irracional según la razón de los hombres puesta en ellos por ese mismo dios. El dios exige la fe irracional, lo mismo que sucede con los arquetipos cuya imitación abole el tiempo. Esto es algo de nuestra fiesta a imitación del sacrificio primero, según se verá.

Un dios serio y verdadero difícilmente puede mandar algo contrario a la razón o al amor puestos en el hombre, en su naturaleza, por ese mismo dios. El dios del sacrificio es un dios imposible, demente. Parecido a nuestra fiesta desde el sacrificio.

La de Abraham, la de Kierkegaard es una fe que lleva a la tragedia, aunque en el caso de Abraham se queda en drama. Fe trágica frente a fe liberadora.

Derrida insiste en la misma reflexión pero la plantea, en parte, como un problema ético y reflexiona sobre otros asuntos³², pero incluso en la ética, en la moral rara vez se plantea su origen real y profundo.

La tragedia no consumada de Abraham ya se ha desarrollado en el corazón del creyente y en su mente se ha difuminado la razón. Es una fe que constriñe, reprime, pervierte la razón, la voluntad y el sentimiento del creyente frente a las infinitas posibilidades de libertad y amor.

Este recuerdo del sacrificio de Abraham que en su mentalidad va desde lo más antiguo hasta el final del Antiguo Régimen, pues en este aspecto la ruptura drástica que supone la aparición de Cristo se ignora, lo mismo que se ignora durante tiempo el final teórico del Antiguo Régimen, eso significa que sigue habiendo movimientos sociales que recuperan esa irracionalidad y la tiranía. Se manifiesta en el consumismo entendido como fiesta y en otros aspectos sociales que también deben considerarse relacionados directamente con el consumismo.

³¹ Véase: S. Kierkegaard. *Temor y temblor*. Alianza Ed. Madrid 2.001

³² Ver J. Derrida. *Dar la muerte*. Paidós. Barcelona 2000

En esa idea del consumismo, de fetichismo, de sacrificio, la imitación del arquetipo nos retrotrae a lo antiguo. Es lo que hacemos tal como se verá, es la irracionalidad del consumismo.

Volver a lo antiguo, a los símbolos antiguos es recuperar los símbolos de la tiranía, siempre. Por lo tanto, en la vuelta a eso por medio de la fiesta también se retrocede a la tiranía.

Consumismo y fiesta.

La fascinación que las mercancías ejercen sobre la gente, tal vez en parte, se puede explicar por medio de esa analogía avanzada por Marx. Siguiendo con ella, el fetiche, objeto de culto con poderes sobrenaturales, sugiere la idea de rito y asociado a él **la fiesta** de la clase que sea. “Una fiesta es un exceso permitido y hasta ordenado, una violación solemne de una prohibición... la alegría es producida por la libertad de realizar lo que en tiempos normales se halla rigurosamente prohibido”³³.

La fiesta es de gente, de mucha gente. Hoy, con los medios de difusión, de información que difunden los mensajes, las mismas ideas, etc. convierten a la sociedad capitalista en una masa social única, no en todo pero sí en el consumismo. La fiesta es global, única en algunos momentos, la fiesta de la masa global, “... en cualesquiera que sean los individuos que la componen y por diversos o semejantes que puedan ser su género de vida, sus ocupaciones, su carácter o su inteligencia, el sólo hecho de hallarse transformados en una multitud les dota de una especie de alma colectiva. Esta alma les hace sentir y obrar de una manera por completo distinta de cómo sentiría, pensaría y obraría cada uno de ellos aisladamente”³⁴

Al mismo tiempo **la fiesta moderna de la masa global** tiene algunas connotaciones que proceden del “vacío”, de la “indiferencia”, del “individualismo”, del “aislamiento”...³⁵, y eso masificado. No es una paradoja, es una contradicción que se observa en los hechos que resultan de estar, no de ser.

La fiesta moderna, con reminiscencias antiguas, en la era de los derechos individuales, exclusivos y sin obligaciones.

³³ S. Freud. *Tótem y tabú*. ... (p. 97)

³⁴ S. Freud. *Psicología de las masas*. Alianza Ed. Madrid 1.984 (p. 12)

³⁵ Ver: G. Lipovetsky. *La era del vacío*. Ed. Anagrama. Barcelona. 1.998

En nuestras democracias meramente formales, el acto en el que la gente se siente demócrata, el momento de votar cada cierto tiempo es continuación de la fiesta consumista y hasta los comentaristas de la cosa política resaltan la “fiesta de la democracia” y es así porque nuestra democracia no es un estado de la sociedad sino una forma de gobierno, como ya explicó hace más de 150 años Tocqueville. La llamada “fiesta de la democracia” es una fiesta más dentro del consumismo que vuelve a lo antiguo, es fiesta del momento.

El individualismo y, en mucha gente, aislamiento masificado nos lanza a la fiesta del consumismo, algo de lo que la sociedad llama “calidad de vida” y, después y en el mismo consumismo, de huida. La masa es la del vacío.

Los mecanismos que hacen que lo “heterogéneo se funda en lo homogéneo”³⁶, en la masa son, con frecuencia, mecanismos “cool”, así los llaman los sociólogos y preservan el individualismo y el aislamiento.

La masa es peculiar. “La multitud es impulsiva, versátil e irritable y se deja guiar exclusivamente por lo inconsciente”. Es influenciable y crédula, sólo reacciona a estímulos intensos, no se influye en ella por la lógica. Su mentalidad es otra al desaparecer todas las inhibiciones individuales³⁷. La razón no influye, pero sí el poder mágico de las palabras³⁸, el tabú de los nombres primitivos.

Las masas no buscan la verdad, piden ilusiones, prefieren lo irreal. La multitud es como un rebaño en busca de amo, de jefe cuya cualidad es el prestigio. Los lazos afectivos que establece la masa son de identificación con algo o con alguien. Al darse una regresión aparece el instinto gregario, el individuo se siente incompleto al estar solo³⁹.

El resumen de esas ideas de Freud de la psicología de las masas es: “la desaparición de la individualidad consciente, la orientación de los pensamientos y los sentimientos en un mismo sentido, el predominio de la afectividad y de la vida psíquica inconsciente, la tendencia a la realización inmediata de las intenciones que puedan surgir”. Esta psicología es una “regresión a una actividad anímica primitiva” similar a la horda prehistórica, se resucita esto en la masa, es la psicología humana más antigua. Hay

³⁶ S. Freud. *Psicología...* (p. 12)

³⁷ S. Freud. *Psicología...* (pp. 16-17)

³⁸ Recuérdese “El libro egipcio de los muertos”. Gracias a Ptah las palabras divinas fueron pronunciadas al comienzo del mundo y los dioses conocieron la existencia. Ptah es “el corazón y la lengua”. Las palabras mágicas impiden que los cuerpos se corrompan; al pronunciar el ka las palabras se abren las puertas y permite escapar de divinidades, como Shesmu, que “devoran el poder mágico de las palabras”.

³⁹ S. Freud. *Psicología...* (p. 55)

también algo de hipnosis, ésta es el poder misterioso que despoja al individuo de su voluntad, además de hipnosis también hay sugestión. El individuo se halla ligado a varias masas: raza, confesión religiosa, estado, etc.⁴⁰

Esta es, muy someramente, una explicación de cómo funciona la masa y puede dar una idea del funcionamiento del consumismo en lo que tiene de masificación.

La fiesta ha existido siempre es la “violación de una prohibición”. La sociedad occidental calificada y descrita de individualista, hedonista, vacía, etc. por algunos pensadores plantea la fiesta con otras formas: se recuperan o reinventan tradiciones o pretendidas tradiciones para que aparezca la justificación de la fiesta en ciudades, pueblos, etc. es un nuevo consumismo y como tal masificado. Pero ya se sabe que al recuperar lo antiguo se recuperan símbolos de la tiranía, pues era lo que había tras esos símbolos y tradiciones. Más adelante se verá. Se vuelve a lo irracional que impera en la masa.

En la fiesta no falta el componente de la “comunidad”, de la comida. Esto sucede no sólo en las fiestas recuperadas sino en la generalizada a toda la sociedad. “La comunidad cristiana no es en el fondo sino una nueva supresión del padre, una repetición del acto necesitado de expiación”⁴¹ y ⁴²

Erasmus intenta, sin éxito, racionalizar el festín y darle sentido espiritual: “Estoy lejos de pensar como los que pretenden que un festín no es divertido si no abunda en anécdotas groseras y licenciosas y no termina en canciones obscenas. La verdadera hilaridad nace de una conciencia limpia y sincera” e inmediatamente explica que el sentido del banquete es otro, procede de la razón, de la reflexión, de la coherencia. La razón, entonces, se supone que puede romper el impulso “inconsciente” de la masa, y recuerda

⁴⁰ S. Freud. *Psicología...* (pp. 60 a 65)

⁴¹ S. Freud. *Tótem y tabú...* (p. 106)

⁴² Tal vez sea así en la idea previa de la comida pascual judía con su ritual, pero con independencia de lo que la Iglesia inventó luego como sacramentos, que dan la sensación de mantener reminiscencias supersticiosas, en algunos casos, como sucede con los ritos a los que se da valor intrínseco, el origen de donde la Iglesia ideó un sacramento es precisamente lo contrario a la “nueva supresión del padre”, es romper eso. No debe olvidarse que Jesucristo fue un transgresor constante de lo antiguo, de formas. Otro ejemplo de entre muchos es el del bautismo, si la entrada en la religión antigua era por medio de un rito cruel, la circuncisión, la entrada en lo nuevo es, como símbolo, el agua que lava, nada más y esto para hombres y mujeres, sin distinción.

La comunidad supresión del padre de Freud creo que la considera del Antiguo Testamento y no en el verdadero sentido de lo nuevo que abole el arquetipo.

Erasmus da al banquete el sentido de la razón, no es la comida ritual así planteada.

una cita bíblica: “Practicar la justicia y la equidad es mejor ante Yaveh que el sacrificio”⁴³ y ⁴⁴

Se contraponen dos hombres el que es y el que está, el de lo “inconsciente” y el de lo racional, el arrastrado por la masa y el que da sentido a lo que hace.

El consumismo es parte de la fiesta y es fiesta, la fiesta generalizada en toda la sociedad en momentos señalados: rebajas, vacaciones, Navidad, etc. Todo está asociado al consumismo puro de forma ritual. Aparte está la fiesta cotidiana y la fiesta de ámbito reducido: familiar, laboral,... pero en estos casos lo que hace la gente es “particularizar” la idea de fiesta general, diluirla y prolongarla en el tiempo.

Se ha visto qué es una mercancía: trabajo. En el modo de producción capitalista una mercancía es trabajo del que se arranca una parte a quien trabaja. Tras el consumismo vidas de gente, vidas reales. En este sentido el consumismo se da en un sistema injusto dada su naturaleza; en muchos casos y en lo no consciente puede entenderse desde una interpretación fetichista, religiosa cuyo origen está en las raíces antiguas de las religiones, del rito, de la fiesta, del sacrificio, en la reproducción del arquetipo que abole el tiempo, en la religión antigua que en el rito reproduce el sacrificio real primitivo. Es el sentido religioso de la religión irracional y, en parte, tribal frente a la Religión del Hombre.

La fiesta para Bataille es, en relación con el consumo: “fusión de la vida humana”⁴⁵, antes establece la relación de otra forma: objeto-muerte, el objeto es lo que se consume. Vincula sacrificio con muerte y destrucción de cosas, el consumo según él es destrucción⁴⁶. Desde el punto de vista del consumidor puede ser así, desde el orden general de las cosas, de la naturaleza creo que no es destrucción sino evolución y transformación. Más adelante se verá esto.

⁴³ Erasmo de Rotterdam. *Coloquios. El banquete religioso*. Espasa Col. Austral. Madrid 2.000 (pp. 69 y 70)

⁴⁴ Aunque Erasmo escribió 250 años antes que Kierkegaard, es innegable en su discurso iba muy por delante.

⁴⁵ G. Bataille. *Teoría de la religión*. Taurus. Madrid 1.991. (p. 58)

⁴⁶ G. Bataille. *Teoría...* (p. 50)

Aunque Derrida tiene otros trabajos sobre el tema, al referirse al fetichismo en Marx habla de la idea de mesianismo y vincula religión con técnica, es, según él, un retorno a lo religioso⁴⁷

De acuerdo con estas interpretaciones y yendo un poco más lejos, las relaciones sociales no son únicamente las que se ven con cierta claridad: las de explotación que son consustanciales al capitalismo. Las relaciones sociales que se dan por medio de las mercancías y el consumismo también tienen el sentido de sacrificio, de rito, de fiesta, en estos aspectos son relaciones sociales más sutiles y complejas, en las que intervienen aspectos del hombre más profundos, pero incluso en estas otras relaciones, como se verá más adelante, el dominio que se plasma mediante el consumismo es lo que les da sentido.

En este sentido cabe preguntarse: ¿Cuál es la religión?. ¿A qué dios se le ofrece el sacrificio?. ¿Qué violación de qué cosa prohibida permite la fiesta?.

Las religiones conllevan alguna divinidad a la que se venera y se suele temer, se establecen ritos, normas morales, dogmas, etc. y suelen tener intérpretes arbitrarios de la voluntad divina. No me refiero a la, si es que puede llamarse así, religión natural o, en términos de R. Tagore, la religión del hombre que nada tiene que ver con lo anterior, pues en esta imperan la razón y el amor. Además en las religiones estructuradas, como es natural, la divinidad es poderosa, omnipotente, premia y castiga...

Vuelvo a Lipovetsky: “Dios ha muerto, las grandes finalidades se apagan, pero a nadie le importan un bledo, esta es la alegre novedad, ese es el límite del diálogo de Nietzsche respecto del oscurecimiento europeo. El vacío del sentido, el hundimiento de los ideales no han llevado, como cabía esperar, a más angustia, más absurdo, más pesimismo. Esa visión todavía religiosa y trágica se contradice con el aumento de la apatía de masas... Incluso el nihilismo “incompleto” con su sucedáneo de ideas laicas ha llegado a su fin y nuestra bulimia de sensaciones, de sexo, de placer, no esconde nada, no compensa nada, y aún menos el abismo de sentido abierto por la muerte de Dios. La indiferencia, pero no la angustia metafísica”⁴⁸

El diagnóstico de Lipovetsky no es claro ni certero en todo. Los pensadores de la postmodernidad y de lo actual suelen describir y explicar aspectos de la sociedad, pero lo más profundo, a veces, lo ignoran; tal vez porque ellos también están inmersos en la

⁴⁷ J. Derrida. *Espectros de Marx*. Ed. Trotta. Madrid 1.998 (p. 187)

⁴⁸ G. Lipovetsky. *La era del vacío*. ... (pp. 36-37)

sociedad que pretenden explicar y, en algunos casos, no es fácil tener la suficiente perspectiva. Otras veces son distintos condicionamientos los que influyen.

En otro sentido: “Un habitante del orden eterno vigilado por la divinidad, puede decir lo mismo de los que son sordos a la voz de Dios: están atados a lo que es perecedero y destinado a desaparecer en un momento; así, son como cazadores de ilusiones, buscadores de nada y, por esa razón, la única comunidad humana que puede producir está abocada a basarse en la codicia de bienes ficticios y en el miedo a la destrucción mutua. Lo que es real o irreal para nosotros es una cuestión de compromiso práctico, antes que filosófico; lo real es lo que las personas ansían realmente”⁴⁹

Estas dos largas citas reflejan ideas sobre nuestra sociedad occidental consumista y, en ella, cierto **desasosiego** percibido y compensado, en parte, con lo que la sociedad ofrece de forma más tangible e inmediata. Nuestra religión parece la nada y hasta un producto más de consumo, como tal también debe innovar para adecuarse a los nuevos valores y ritos de la sociedad de la indiferencia vacía; nuestro dios profundo no existe y el sacrificio a él debido es fiesta alegre en apariencia, pues en la fiesta actual nada prohibido hay que transgredir, ya no hay prohibiciones pues nuestra sociedad cree carecer de barreras, de tabúes, de limitaciones morales. No parece ser tan claro, la fiesta alegre en apariencia tiene algo de huida.

El sistema único es el capitalismo, el dios buscado, respetado, venerado y conocido es el capital, supone el poder supremo, está formado directamente por trabajo, por vidas arrancadas a la gente, es un dios que engorda sin cesar y del que, con los cambios habidos en las formas de engordar el capital, una parte de la gente, de la sociedad participa directamente del dios, es el llamado capitalismo popular, lo mismo de sus bendiciones en forma de dinero para ser más capital, que del consumo-paraíso.

Aunque puede haber un trasfondo inconsciente en la actuación, lo que suponen el fetiche, la fiesta, las ofrendas o los sacrificios al dios se dan en un sentido bastante real. Así, sacrificios humanos reales en las formas de producir para nuestro consumismo, aceptación de la explotación directa de cada uno en distintos grados y como un derecho sobre la superexplotación cuando recae sobre los que no están en el centro del sistema.

La fiesta no es transgresora de lo nuevo, lo es de reminiscencias de lo antiguo, aunque lo antiguo tenga, en ocasiones, 30, 40 o 50 años.

⁴⁹ L. Kolakowski. *Si Dios no existe...* Ed. Altaya. Barcelona 1.999 (pp. 227-228)

Lo nuevo no puede transgredirse ya que la moral social para esto no existe y las reglas que se fijan para la fiesta, pues está reglada, las establece la misma sociedad. Las normas son sencillas: todo vale, pero con el fin de la evasión, de la alienación; quien no está dispuesto a eso actúa fuera de la norma y queda excluido.

Se transgrede lo antiguo, se transgrede la propia conciencia, si es que queda algo de ella, se transgrede la normalidad vacía para ir al abismo y al asqueamiento, en ese viaje transgresor hay pulsiones de muerte. Pero la muerte también ha cambiado en la forma de entenderla, de consumirla y de difuminarla⁵⁰.

Las fiestas del consumo conllevan muerte: fines de semana, vacaciones,. droga legal o ilegal para millones de depresivos o desquiciados, alcoholismo masivo, adormecimiento por los medios de difusión, la imagen, el espectáculo incluido es de la muerte. Todo es consumismo.

Aparecen ídolos del consumismo que lo estimulan induciendo la imitación: deportistas, gente a la que llaman artistas, vividores profesionales,... se busca la fama propia o por terceras personas con quienes nos identificamos y vivimos a través de ellas, de sus gestos, de su incultura, de su zafiedad, de sus salidas grotescas, devoramos todo eso, lo consumimos compulsiva e histéricamente porque además lo convertimos en un sucedáneo de la arcaica creencia en la inmortalidad del alma, ya no es necesario creer en ella pues la fama es tangible. Se trata de conocer, tocar, imitar a esos inmortales-famosos efímeros, de consumirlos. Es el consumismo imitativo y banal. La ensoñación total, la huida. En definitiva son nuevos fetiches. La religión de la nada que nos lleva al abismo pasando por el delirio de la fiesta consumista.

La fiesta es permanente, pues aunque sabemos que no hay nada que transgredir nuestra aparente vulneración constante nos sitúa en la fiesta continua, en ella jugamos a ser transgresores, incluso pecadores según la moral antigua, creemos que eso lo hacemos de forma heroica y justificamos de otro modo la fiesta.

La fiesta puede ser cualquier cosa, por cualquier motivo: la fiesta de la democracia, la fiesta heroica de la manifestación antiamericana, la fiesta de las manifestaciones antiglobalización con sus algaradas callejeras puntuales o la que reclama derechos para los animales. Todo es motivo de fiesta-consumo.

El juego es en el consumismo y en la producción de mercancías, porque esta situación procede de ellas, un juego engañoso, perverso y cruel, en el rito realmente sacrificamos

⁵⁰ Ver L. V. Thomas. *La muerte*. Altaya. Barcelona. 1.999

vidas reales y verdaderas de las gentes de la inmensa periferia. Las relaciones sociales que se encuentran tras la producción y el necesario consumismo se convierten en verdadero sacrificio.

Noticia de la prensa de un día cualquiera, por ejemplo, el 31 de julio de 2.003: “ Unicef revela que 1,2 millones de niños son vendidos cada año”. El negocio produce 8.500 millones de euros anuales a las mafias de traficantes, deberían llamarlas lo que son, comerciantes. Forman parte de los sacrificios debidos al capital para que nos siga dando. Los sacrificamos porque podemos, porque tenemos ese poder.

Las “regiones nebulosas del mundo de la religión” son las de nuestro primitivismo difuminado y oculto tras mil capas de pretendida cultura. La fiesta, el rito, el sacrificio propiciados por nuestro consumismo nos retrotraen a un mundo inconsciente no resuelto tras siglos de andar, pues nuestra pretendida cultura, la verdadera, la del hombre, no ha arraigado en lo hondo de nosotros.

2 – EL CONSUMISMO COMO HUIDA

Nosotros vivimos en el mejor de los mundos, eso nos dicen con frecuencia y no lo negamos. Sin embargo, en nuestra sociedad, una de las cosas que hacemos es, sin tener conciencia de ello, huir en el mejor de los mundos pero no de él.

Los hechos muestran lo que hacemos no por qué lo hacemos. Hechos que hablan, tal vez, de huidas, de alejamiento de los demás o de nosotros mismos para tratar de evitar disgustos, molestias, malestar profundo... no sabemos que huimos ni de qué huimos, pero lo hacemos.

Uno **de los principales medios de huida es el consumismo** en el que estamos instalados. Cuando nuestro consumismo es compulsivo está claro, cuando es normal y racional no lo llaman así.

Algunos actos de huida son evidentes, la cantidad de gente inmersa en ellos es numerosa. Actos de todas las clases imaginables, siempre masivos: suicidios, consumo de antidepresivos, de ansiolíticos, de somníferos, de alcohol, de drogas legales o ilegales... y lo que tienen en común es el consumismo de esos productos. La mitad de la población o más necesita su consumo compulsivo. Tras eso está la angustia que nos impulsa a huir.

La droga de una u otra clase es consumida masiva y compulsivamente, las estadísticas lo revelan. Uno de los significados de droga es: “embuste, ardid, engaño”. Más de la mitad de la población necesita el embuste, el engaño para seguir estando, para estar en la sociedad, para estar en el mundo, no para ser, aunque les hacen creer que es para ser ellos.

La mayor parte de drogas, de engaños que toma la gente son recetados por los llamados expertos como médicos, psicólogos, psiquiatras... de forma legal y oficial. La sociedad promueve el engaño directo, en este caso, por medio de mercancías elaboradas expresamente para esa función de embuste.

La sociedad para evitar algo, para no afrontar algo, para alejarse de algo, para huir de algo receta legalmente el embuste, el ardid, el engaño y es permisiva con la que llama droga, con el engaño no legal. Evitan, huyen... de algo pero no saben qué es ese algo

porque no es algo, realmente huyen de alguien, de ellos mismos porque no quieren ser o no han descubierto qué es el hombre, quién es el hombre⁵¹.

La huida no es sólo por medio del consumismo de la mercancía-droga, también huimos mediante otras clases de mercancías, aquellas cuyo brillo nos seduce y deslumbra.

Antes se ha visto que una de las funciones de las mercancías, más exactamente cuando se llega al delirio consumista, es la de propiciar la fiesta que cambia su antigua función vulneradora de normas morales para convertirse en huida sin las reglas antiguas. Los cambios producidos en la moral social han abolido la antigua transgresión, pues poco quedaba por transgredir, dando paso al todo vale.

El consumismo compulsivo aparece como forma de huida hacia las cosas que nunca logran saciar nuestras ansias de llenarnos de más cosas. La fiesta nunca acaba, la huida tampoco.

En la fiesta del consumismo aparecen mil maneras de huir con la mayor seriedad, así, el tiempo de ocio, inconcebible sin más consumo, nos permite extender la fiesta hacia actividades consideradas vitales y festivas, nos convertimos en expertos en senderos, en setas, en el buitre leonado, en el color del pelo del ídolo de moda o en el de sus ojos, expertos en famosos y seguidores embelesados – como indican las audiencias millonarias de revistas, radios o televisiones – de una pandilla de vividores, especialistas en las monarquías reinantes, otros vividores, en la vida de un escritor irrelevante o de un futbolista célebre y celebrado, expertos en OVNIS, en antigüedades, en dunas del desierto o en las estrellas Sirio, Aldebarán o cualquier otra, en nuestro equipo de lo que sea... Al final acabamos siendo expertos y fanáticos semirreligiosos de algo.

⁵¹ En la concepción del hombre hay, en ocasiones, cierta confusión, rechazamos lo que se ha dado en llamar unos valores determinados y los cambiamos por otros porque creemos que son fruto de cierta cultura en la que la religión, ahora rechazada, tiene cierta importancia. No vemos que cuando decimos rechazar esos valores, los llamados valores morales para ser preciso, lo que rechazamos, en algunos de esos valores, es nuestra propia esencia pues, con frecuencia, esos valores no son más que manifestaciones disparatadas de lo que B. Russell llamaba “potencialidades divinas”. La moral impuesta, muchas veces irracional, nos ha confundido porque en sus siglos de hegemonía alcanzó y dominó casi todos los rincones de la vida social y esa vida nos constreñía. Tampoco hicimos colectivamente, en algunos casos, los esfuerzos y luchas para evitar eso, ni aun siquiera llegamos a ganar colectivamente, en distintos lugares, lo que nosotros llamamos libertad. Este ejemplo, el de la libertad, creemos que únicamente procede de la sociedad y no es así, Hegel admite que la libertad es una forma de razón, es decir, que está en la esencia del hombre, además está la libertad social.

La llamada moral se apoderó de las facultades, de las “potencialidades divinas” del hombre y trató de dirigir las y con ello de limitarlas. La moral pervirtió la percepción del propio hombre reduciendo su esencia a normas de conducta buenas o malas.

Ponemos toda nuestra atención y nuestro esfuerzo en cosas que nos revisten ante los demás de atributos ajenos y, en esas cosas, somos y representamos un papel social donde sea, pues nos da relevancia e importancia durante un minuto en la televisión o en el medio local y, con suerte, en otros de mayor audiencia; en nuestro barrio o ante los vecinos o los compañeros de trabajo. Cuanto más caros y complejos son los medios para lograr todo eso, cuanto más consumimos, más importancia tenemos.

Nos convertimos en las cosas peculiares y somos por ellas y en ellas, pero no en nosotros.

Huimos por medio de la imagen que es consumo y siempre impulsa al consumo desaforado.

Las audiencias millonarias de los programas de televisión llenos de publicidad demencial en su mensaje que en sí mismo también es una mercancía, entre los que los programas cutres, chabacanos y zafios, en conjunto sobrepasan lo imaginable.

El llamado mundo virtual, mercancía que atrapa a sus numerosos adictos, realidad virtual, término esquizoide, nos permite huir mediante la realidad irreal que consumimos con avidez y en esos juegos vivimos y jugamos, ya desde muy niños con juegos de toda clase de violencias, guerras y matar hombres, matamos virtualmente, es la realidad irreal, eso nos divierte, las personas son reales-irreales, son cosas, una vez más es la consideración social de los otros. Después del juego todos se declaran pacifistas, es decir, antiamericanos que es lo correcto social y políticamente. Es la mentalidad social.

En el consumo de la imagen y su imitación por medio del consumismo salimos a ensalzar a nuestros héroes o ídolos que son: deportistas, cantantes de cualquier clase y de cualquier cosa a los que llamamos grandísimos artistas, ganadores de concursos de lo que sea,... nos embelesamos colectivamente, nos sentimos importantes a través de ellos, nos llenamos de orgullo y les jaleamos y recibimos multitudinariamente. Entonces creemos ser el centro de atención universal porque un chico del barrio o de nuestra región tiene músculo o es habilidoso con el balón o es un ciclista que gana carreras o alguien que gana campeonatos corriendo en moto o en coche o porque... nuestro equipo gana algún torneo... Y, entonces, proclamamos a algún semianalfabeto de entre todos ellos castellano universal, manchego universal o aragonés universal.

Huimos por medio de esos a los que llamamos héroes, incultos por lo general, y somos importantes porque el individuo proclamado héroe universal es de nuestra ciudad o de nuestra región que ya podemos llamar nación o casi desde la gloria universal alcanzada. Además de consumirlos a ellos consumimos toda clase de objetos relacionados con ellos.

Cuando llegan las **vacaciones** o los fines de semana, la continuación de nuestra fiesta consumista, todos salimos masivamente a lo mismo, compramos compulsivamente, engullimos, bebemos y, decimos, nos liberamos.

Otros se dedican al consumo de su **propia imagen**, al cuidado de su cuerpo, a su estética con operaciones de todas las clases para mejorar los pómulos, las pantorrillas o un dedo del pie.

Es imprescindible vestir a **la moda**, ir a los lugares de moda, si no se hace, nos dicen los demás y nosotros lo creemos, uno no es nadie.

Intimididades ridículas y sórdidas de los vividores profesionales convertidos en **famosos**, que acaban siendo lo más importante y nosotros devoramos y consumimos ávidamente.

Huimos por medio de la **mercancía imagen** de los profesionales del poder político en los que hacemos dejación de nuestra voluntad, de los ídolos a los que entregamos nuestros sentimientos o de los artistas oficiales de moda en quienes hacemos encarnar nuestra imaginación.

Y todo es consumismo encubierto, claro, necesario, inevitable, imprescindible, disculpado y camuflado de diversas formas. Nos arrastra en nuestra huida.

Los caminos para huir son innumerables, se trata de huir, de alejarnos de algo, de los problemas... pero, sobre todo, de nosotros.

La huida es individual y la huida es de la masa, como tal es colectiva.

A este respecto explicaba Ortega y Gasset hace 70 años en La rebelión de las masas, que: “el hombre-masa... un tipo de hombre hecho de prisa, montado nada más que sobre unas cuantas y pobres abstracciones y que, por lo mismo, es idéntico de un cabo de Europa al otro... Este hombre-masa es el hombre previamente vaciado de su propia historia, sin entrañas de pasado y, por lo mismo, dócil a todas las disciplinas llamadas “internacionales”. Más que un hombre, es sólo un caparazón de hombre constituido por

menos idole fori; carece de un “dentro”, de una intimidad suya, inexorable e inalienable, de un yo que no puede revocar”⁵².

Al final del citado ensayo, Ortega sostiene que el hombre-masa aspira a vivir sin supeditarse a moral alguna porque ésta supone el sentimiento de sumisión a algo⁵³, conciencia de servicio y obligación, aunque eso no es posible, también sostiene que el hombre-masa vive de lo que niega y otros construyen.

Esto último hoy es cierto en parte, pero la no supeditación actual a moral alguna no es más que un rechazo a la sumisión a la moral antigua que ya no existe; las corrientes de opinión imponen otra moral que tiende a la amoralidad, a no discernir. Sin embargo, la sumisión real en la actual sociedad es un hecho negado pero claro y la huida se da en una sociedad como la nuestra.

El consumismo, la fiesta relacionada con el mismo, el todo vale no elimina la moral, la cambia. Los cambios de moral y de creencias proceden, en parte, de los avances científico-técnicos que permiten que las consecuencias de nuestros actos sean distintas, por ejemplo el aborto, las mercancías abundantes que seducen y enajenan, nuestra percepción del mundo que cambia con los avances técnicos, lo mismo nuestra percepción social. Los avances sociales necesarios en el mundo de las mercancías y propiciados por ese mundo nos confunden, así, con frecuencia confundimos libertad con libertad para elegir entre mercancías, incluida la mercancía político. Libertad sin responsabilidad, el consumismo la elude una vez establecidas unas normas generales.

Las mercancías, el mundo de las mercancías abundantes acaba obnubilando la mente social y propicia la huida por medio de lo placentero, de los sentidos... del consumismo, el camino más fácil.

El consumismo se revela en el fondo como una forma de **ocultar la angustia y de compensarla** con lo que subyace en el mismo: utilitarismo burdo, fetichismo en el sentido explicado antes, ideología, ostentación, poder...

En la huida nos alejamos de los demás, de la posible integración social, de todos con todos y en todos y nos instalamos en la “separatividad”. La palabra no aparece en el diccionario. Separación: “acción y efecto de establecer distancia o formar grupos heterogéneos de cosas que estaban mezcladas con otras”. Separativo es lo que separa.

⁵² J. Ortega y Gasset. *La rebelión de las masas*. Orbis. Barcelona 1.983 (p. 13)

⁵³ J. Ortega y Gasset. *La rebelión...* (p. 173)

”Separatividad” puede entenderse como el estado de las personas separadas o distanciadas.

En su esencia el hombre es social, aunque suele definirse al hombre como un ser racional, pero es mucho más, lo es desde todas sus “potencialidades divinas”, desde lo que hay en su naturaleza, una de esas facultades innatas del hombre es su ser social, exactamente igual que la razón, la imaginación y otras.

En su vivir en la “separatividad”, el consumo y el consumismo mucho más son contradictorios para el hombre, en cierta forma el consumo le acerca a lo que sería su integración real, pero no lo sabe. Integrar significa: “constituir las partes un todo”, otra acepción es: “completar un todo con las partes que faltaban”.

Tras cada mercancía hay una relación directa con los demás, no lo sabemos pero hay una relación estrecha, íntima, tanto que vivimos gracias a esa relación que transforma la naturaleza, por medio del trabajo, en mercancías para que nosotros nos alimentemos, vistamos, etc. con la incorporación de vidas reales, y los otros consumen partes de nuestra vida y, en nuestro organismo, con nuestro uso, alimento,... integramos en nosotros esas partes reales de vidas de los demás. Se produce una integración verdadera pero inconsciente de unos con otros y de unos en otros. Eso, opuesto a la “separatividad”, a la desintegración del hombre es lo que nos permite vivir.

Esta integración inconsciente, por lo mismo, incompleta que se da con el otro y en el otro es acaparadora, es para nuestro exclusivo provecho, por eso no vemos una parte de lo que se da en nuestro consumismo, no es una integración liberadora y enriquecedora para todos porque nos apropiamos del otro, es una negación de la misma esencia del hombre.

El consumo es así un nexo de unión inevitable que no somos capaces de ver y de vivir, pero es real. Integramos algo vivo de los otros, pero nos quedamos en las formas, en lo externo para nuestra conveniencia, pero no en la realidad profunda. Es otra forma de huir de nosotros en los demás.

El consumismo visto así oculta, enmascara nuestra angustia que compensamos engullendo al otro, algo del otro de manera compulsiva, enferma.

Al consumir usamos, transformamos, nos alimentamos, gastamos... no “cosas”, objetos o mercancías, sino directamente vidas de la gente que las produce. En nuestra huida se produce la necesidad de tragarnos, de engullir, de comer vidas de otros cuando los intercambios no son equilibrados, es decir, justos y cuando el consumo es compulsivo. Compensamos nuestra angustia absorbiendo a los demás, a los otros que han

incorporado partes de sus vidas en el proceso de transformación en mercancías. Los otros están integrados, en este sentido, por medio de las cosas con nosotros y nosotros con ellos.

No es la comunión ni la comida ritual, aquí el significado añade otra clase de compensación. De manera consciente no recordamos ni ofrecemos a nadie en sacrificio para aplacar al dios o al miedo, lo que hacemos es sacrificar a los otros desde nuestra angustia inconsciente al ser el consumismo parte de la injusticia en los intercambios, en las relaciones sociales. Eso compensa nuestra ansiedad, nuestra angustia, apoderarnos y destruir o transformar vidas de otros sin sentido de equivalencia. Aprehendemos sus vidas sin permiso, sin recato, sin pudor, únicamente para compensar nuestra angustia, para satisfacer nuestro yo sin rumbo, vacío, para huir.

El vacío, nuestro vacío lo llenamos con vidas de otros. Al no tener clara la relación social y ser desequilibrada y cleptómana, tal como es la sociedad, siempre es insuficiente, siempre necesitamos más. Es una compensación enferma en la que entran diferentes manifestaciones del consumismo: ostentación, poder, sentido supersticioso, la ideología del sistema,...

Pero el consumismo que nos arrastra también ha permitido evidenciar la solidez de nuestras creencias, de la “religión verdadera”, de los principios de la gente, de la sociedad. Todo ha desaparecido, ha quedado anticuado, también las supersticiones asociadas a lo antiguo, aparecen otras más prácticas y directas que son nuevas mercancías para nuestro consumo, y, así proliferan las sectas salvadoras, los adivinos, echadores de cartas, astrólogos, curanderos, milagrosos o nuevas formas cuasi-religiosas por medio de los nuevos ídolos- mercancía.

En todo se plasma una parte de nuestra angustia individual, personal, única y creemos que consumiendo esas mercancías desaparece nuestra angustia. Necesitamos algo misterioso, creer en fuerzas ocultas, en extraterrestres, en cosas raras que razonamos seriamente y en las que tenemos fe, pero pensamos que a diferencia de la antigua esta es una fe racional y lógica, pues reviste la forma de mercancía, aunque lo negamos.

Nuestra huida por medio del consumismo la llevamos más lejos, también **huimos hacia el pasado** que convertimos en mercancía por temor al futuro.

Una de las formas de consumismo es el **consumismo cultural** al que llamamos cultura.

Nuestra sociedad prácticamente no tiene analfabetos, se ha producido un aumento en los niveles oficiales de estudios, basta con ver las estadísticas que reflejan un número creciente de centros escolares, de universidades, de titulados universitarios y de otras clases, etc. pero esto no supone que la cultura en uno de sus significados: el resultado de emplear los conocimientos humanos y las facultades intelectuales del hombre considerando el verdadero desarrollo de las facultades humanas, tenga mayor demanda si nos atenemos al desarrollo de los estudios, programas,... y lo que se ha ido eliminando de los mismos y la forma de enseñar. No es lo mismo que desarrollar una serie de habilidades o aspectos meramente técnicos, con la innegable importancia que esto tiene. Gran parte de la enseñanza está enfocada hacia la producción y el consumo.

Si se entiende la cultura como los grados de desarrollo artístico, científico o técnico hay un auge meramente profesional. Si la referencia es a la cultura popular, que se centra en las manifestaciones de la vida tradicional de los pueblos, sí hay un peculiar crecimiento y huida por algunos de estos medios, por su consumo. En algo recuerda lo explicado antes sobre la fiesta, pero hay bastante más.

Las necesidades culturales que desea satisfacer parte de la sociedad no suelen ser las consideradas en el primer sentido de la cultura, en la utilización de los conocimientos humanos y de las facultades intelectuales del hombre de acuerdo con las posibilidades que permiten el verdadero desarrollo del hombre en sus potencialidades. Interesan más los desarrollos técnicos tanto por las necesidades meramente profesionales como porque numerosas mercancías requieren para su uso ciertos conocimientos técnicos, por lo general aprendidos de forma repetitiva pero sin conocer sus fundamentos.

La que suele denominarse cultura con un sentido más amplio y elevado, en ocasiones también se convierte en mercancía. Veamos la literatura, la música, el arte en general, el pensamiento o la filosofía, que son minoritarios y con escasa influencia, o se convierten en mercancía cultural sin su sentido para elevar el espíritu individual y social. La crítica no es de ahora.

La **cultura-mercancía** se compra y se vende, entra en la sociedad consumista y, como lujo cultural es mercancía, a veces, de lujo económico y otras de apariencias en el rol social que la gente juega. No es necesario enumerar hechos, están en la memoria de cualquiera.

No es que no deba extenderse la cultura, por decirlo de alguna manera, más elevada, creo que debe estar en la sociedad ampliamente, lo que ocurre es que el consumismo la

desvirtúa por la propia naturaleza del mismo y el verdadero fin de la cultura pierde su sentido.

Las manifestaciones de las culturas populares de cada lugar, que son mercancías de consumo, y las recuperaciones de lo antiguo, a veces reinventado, están en auge; por una parte son medios para la fiesta y por otra subyace, en ocasiones, cierto miedo al futuro. Se imponen corrientes de opinión social que son modas y algo más. Se pretende recuperar lo antiguo porque eso, dicen, es cultura, casi toda la cultura.

En *El Gatopardo* se expresa bastante bien algo de lo que hay tras esa moda social: “...las novedades sólo nos atraen cuando sentimos que están muertas, que ya no pueden producir corrientes vitales; a ello se debe asimismo ese fenómeno increíble de la creación actual, ante nuestros ojos, de unos mitos que si fueran realmente antiguos despertarían veneración, pero apenas logran ser siniestras tentativas de sumergirse otra vez en un pasado que nos atrae precisamente porque está muerto”⁵⁴.

Esto forma parte del consumismo cultural, lo que subyace en el mismo es la huida hacia un pasado mitificado que es de tiranía. Recuperamos culturalmente un pasado muerto, sin libertad y, en nuestro consumismo de huida cultural hacia ese pasado, late el pánico a un futuro de posible libertad.

En ese pasado muerto restablecemos lo que se nos ocurre: trajes típicos, determinadas fiestas, romerías, modas, costumbres, técnicas artesanales inexistentes o reinventadas, personajes concretos, piedras, lenguas en desuso desde hace años o siglos, leyendas, historias propias reales o reescritas, teatralización de sucesos históricos o pretendidamente históricos, etc. que son muchas veces atractivos turísticos y algo más. Por medio de todo eso y al revivir en eso nos aferramos a un pasado que era sin libertad, con problemas y disparates de ese pasado que olvidamos; ensalzamos formas de un mundo sometido, casi siempre, a la tiranía de gobernantes déspotas y de clases sociales opresoras, con todos los derechos frente a la mayoría de la sociedad carente de derechos. Eso recuperamos en nuestra huida por medio del consumismo cultural.

No lo vemos porque creemos que tan sólo recuperamos una estética que creemos nuestra y unas formas; no vemos que son resultado de la tiranía y símbolos muertos de la opresión que nosotros revivimos. Tan sólo son manifestaciones de su momento, de su sociedad y esas sociedades jamás tuvieron la posibilidad de, como tales sociedades,

⁵⁴ G. T. Di Lampedusa. *El Gatopardo*. Unidad Editorial. Madrid 1.999 (p. 130)

vivir en libertad; nosotros sí la tenemos pero recuperamos alegremente lo procedente de la tiranía.

Frente a un futuro con posibilidades de libertad huimos, por medio de nuestro consumismo cultural, hacia las formas antiguas de la opresión.

Recuperamos monumentos antiguos, los veneramos por su estética, fabulamos sobre ellos y los consumimos compulsivamente. Vuelve a decir Lampedusa: “...estos monumentos del pasado, magníficos pero incomprensibles, porque no los hemos edificado nosotros, que nos asedian como bellísimos fantasmas mudos”⁵⁵.

En los delirios de este consumismo se organizan cosas peculiares: rutas templarias, del Grial, peregrinaciones, jacobeos, etc. para gente que quizá busque algo por medio de un pasado mitificado que tuvo sentido en un momento con otra situación social totalmente diferente. Nosotros seguimos huyendo.

Para lograr todo eso exigimos a los profesionales del poder político que restauren, con dinero de todos, esos monumentos, fiestas,...

La mitificación consumista del pasado se convierte en devoción, en dogma, por lo mismo irracional; el mito que inventamos es la nueva fe que nos atrapa y llegamos al ridículo; poco a poco vamos viviendo para la nueva fe y nos llenamos de símbolos, de imaginaria, de nuevos dogmas y volvemos, en nuestra pretendida búsqueda desde el consumismo, a las formas de las épocas de mayor tiranía.

Es comprensible, el consumismo no deja de ser otra tiranía, en realidad no salimos de ella.

Ante la inexistencia de soluciones colectivas salvadoras buscamos formas ante nuestro desasosiego. Si las mercancías y el estado del bienestar dan ciertas seguridades – aunque ahora se esté desconstruyendo lo alcanzado tras muchos años de lucha y angustia, debido al empuje del capitalismo único – al hombre actual le faltan otras seguridades que den respuesta a sus preguntas y a su angustia, la producida por la profunda insatisfacción más allá de la satisfacción proporcionada por las mercancías.

El consumismo como medio de huida del hombre. Muchas veces no lo sabemos, pero huimos de nosotros mismos, de lo que somos, el consumismo es una forma fácil llena de justificaciones y razones.

⁵⁵ G. T. Di Lampedusa. *El Gatopardo*. (p. 131)

Nuestra sociedad consumista ha tenido la virtud de rebajar hasta extremos difícilmente imaginables lo que el hombre lleva en sí, lo que B. Russell llamaba las “potencialidades divinas”, de manera que a partir de ser el hombre una mercancía que se compra y se vende el resto llega sin forzar nada.

El **brillo de las mercancías** infinitas nos seduce por completo, nos enloquece y nos engaña en la percepción de nosotros mismos, en lo que hacemos y en cómo lo hacemos. Inunda nuestro mundo, nos supera, nos arrastra y nosotros lo aceptamos alegre y depresivamente porque estamos desconcertados y no sabemos salir de ese torbellino.

Predomina totalmente lo que Whitehead llama la “Razón de Ulises” sobre la “Razón de Platón”, el pragmatismo sin sentido frente al conocimiento, frente a intentar comprendernos y, en nuestra comprensión la del mundo. “El uno comparte la razón con los dioses, el otro la comparte con los zorros”⁵⁶

⁵⁶ A. N. Whitehead. *La función de la razón*. Altaya. Barcelona 1.999 (pp. 50 y 46)

3 – ACCIÓN TRANSFORMADORA

El consumismo y la producción de mercancías forman parte de la transformación y evolución de la naturaleza a la que los hombres también pertenecemos, en la que estamos integrados como elementos de la misma pero sin conciencia de integración, pues la integración significa que las partes constituyen un todo, que el todo está completo cuando tiene las partes que podrían haber faltado. En este sentido no tenemos conciencia de integración, aunque estemos en la vida general.

El consumo nunca destruye, antes se ha visto que Bataille se refiere al consumo como una forma de destrucción, tal vez pueda considerarse así en el sentido religioso que le atribuye, pero incluso en este caso lo que se produce es una asimilación.

En la acción real de los hombres, al consumir mercancías, lo mismo que al producirlas, lo que se da es una transformación que puede ser consciente o inconsciente.

Sabemos que en la naturaleza nada se destruye y nada se crea, todo se transforma. A este respecto Spinoza explica en su Tratado breve que el hombre no crea, lo que hace según él es generar y esto es así porque la única creación posible es la de la sustancia y esto el hombre no lo hace y, por la misma razón, tampoco destruye.

Las mercancías son, en su producción y en su consumo, resultado y causa de transformación en la naturaleza y de la naturaleza al formar el hombre parte de la misma y tener lugar su actuación en ella.

En este proceso de transformación, la ciencia tiene un papel relevante dado lo que supone para la producción, esto se puede apreciar en todos los avances técnicos.

Acción del consumo sobre la naturaleza.

En la naturaleza todo está relacionado. J. Lovelock⁵⁷ explica que ha sido la vida la que ha determinado el desarrollo y la evolución de las condiciones adecuadas para ella en

⁵⁷ Ver: J. Lovelock. *Las edades de Gaia*. Tusquets Editores. Barcelona 1.995

cada momento, que la vida en la Tierra ha dependido más de las relaciones existentes entre los organismos. Ha habido un progreso y un cambio constantes en las condiciones de vida, de manera que la misma vida se ha ido haciendo cada vez más compleja, a partir de los organismos más pequeños y sencillos, desde hace millones de años hasta la actualidad, eso ha supuesto cambios constantes en las condiciones de vida. El proceso sigue.

El hombre forma parte de esa vida y es en esa vida, ahora de mayor complejidad. Sus relaciones con el resto de la vida influyen en la totalidad de la misma y al revés, muchas veces no sabemos cómo. La diferencia con otros organismos de esa vida está en que el hombre posee inteligencia, es decir, ve las cosas con claridad o tiene, cuando menos, la capacidad para verlas. El hombre tiene la capacidad de razonar y de actuar según su razonamiento y puede hacerlo en libertad, su hacer no está predeterminado en sus funciones racionales, las propias de su ser hombre, sí lo está en las mecánicas, en las instintivas.

El hombre, por lo mismo, puede transformar, influir en la evolución de las condiciones de la vida en la que está inmerso y puede hacerlo racionalmente. Cuando actúa irracionalmente, cosa que sucede con mucha frecuencia, también influye en las condiciones de vida, pero en un sentido distinto ya que su actuación es diferente.

La actuación humana no suele ser totalmente racional. La razón, asunto complejo y de desacuerdo incluso entre pensadores y filósofos, siempre está condicionada por motivaciones diversas, unas veces conscientes y otras no, lo que hace que la actuación del hombre conduzca a distintos resultados. En nuestra sociedad predomina lo que Whitehead llama Razón de Ulises frente a la que denomina Razón de Platón, la primera es “considerada como un agente pragmático”, en este sentido “la historia de la Razón práctica debe ser rastreada en el mundo animal”⁵⁸ La Razón de Platón busca la comprensión del mundo.

Este **predominio de la razón práctica** influye en nuestra forma de incidir en las condiciones de vida en una dirección, ésta es, a su vez, influida por la organización social. En nuestra sociedad, según se ha recordado en lo explicado por Marx, el modo de producción determina los procesos políticos, sociales y espirituales, es decir, el conjunto de nuestra organización social.

⁵⁸ A. N. Whitehead. *La función...* (p. 77)

Las acciones fundamentales del hombre que más influyen en las condiciones generales de vida las realiza mediante la producción y el consumo de mercancías.

Aunque en lo inmediato las acciones de consumo y de producción son de destrucción o de transformación, ambas son transformadoras y, por lo mismo, totalmente inmersas en el ciclo de la vida que es de constante evolución y modificación de las condiciones y de sus consecuencias hacia el futuro con nuevas condiciones.

Esta acción del hombre es necesaria e inevitable, pues necesita satisfacer sus necesidades y es el medio que tiene para ello.

Dadas la inteligencia y la capacidad de raciocinio que posee el hombre, sus transformaciones, hechas con mayor o menor claridad, tienen fines adicionales y distintos a los de los otros seres vivos que, hasta donde sabemos, se limitan a atender sus necesidades instintivas que son fundamentales para la propia evolución de las condiciones de vida.

La diferencia entre unos seres y otros es clara. A. Smith entiende, al explicar el principio que motiva la división del trabajo, que es consecuencia de la razón del hombre y recalca que eso no se da entre los animales ya que carecen de idea de contrato alguno y acaba diciendo: “Nadie habrá visto que un perro tenga con otro un cambio deliberado de un hueso que le haya ofrecido la suerte”⁵⁹

Con independencia de explicaciones económicas y de otras clases, lo esencial es que la acción del hombre es transformadora de y en la naturaleza donde se encuentra vitalmente.

En la acción transformadora humana se manifiestan diferentes motivaciones, conscientes o no, y distintas consecuencias.

Dadas las características de los humanos, en su actuación suelen utilizar todo lo que pueden o creen controlar para alcanzar sus fines específicos, éstos casi siempre son el beneficio propio y la satisfacción inmediata en mayor o menor grado que otros fines sociales ya que esos valores son los dominantes. La naturaleza, lugar en que actúan los hombres y del que también forman parte, abarca todas las acciones humanas.

De acuerdo con las particularidades del sistema, el consumo y la producción de mercancías influyen en la acción transformadora desde la destrucción de manera diferente a que si la actuación fuese más racional.

⁵⁹ A. Smith. *La riqueza... Vo II. ...* (p. 57)

Posiblemente la evolución, consecuencia de nuestra actuación, se dirige hacia lo que creemos destrucción, aunque nadie lo tenga claro, tal vez sean una evolución y transformación diferentes, con peores condiciones de vida para el hombre que si actuara racionalmente.

Ante las formas de actuar surgen movimientos de protesta y de defensa de la naturaleza, conservacionistas, etc. algunos de estos movimientos son ambiguos, minoritarios e influyentes, muchas veces influyen por lo vociferantes que son más que por razones y, a veces, tienen intereses propios inconfesados.

En la sociedad se ha impuesto una corriente de opinión favorable a cierto conservacionismo, diferente a otras llamadas de atención que podrían tener mayor racionalidad como son los acuerdos internacionales, pero éstos no suelen cumplirse pues predominan los intereses generales del sistema, encarnados en los países del centro del mismo, frente a los del hombre como tal y a la vida global, lo que seguramente supondrá condiciones diferentes de vida, tal vez peores, pero no sabemos en qué dirección.

Las corrientes de opinión de esta clase tienen consecuencias en la acción social. Por una parte la naturaleza se convierte en otro producto de consumo en determinadas condiciones, las que se dictan, y por otra algunos de los movimientos conservacionistas no están claros.

Con frecuencia son movimientos dogmáticos y rígidos, pues sus seguidores suelen ser incapaces de dudar de sus propios aparentes principios que adjetivan de científicos y son, a veces, irracionales.

En ocasiones llegan a convertirse en movimientos de reacción ante el avance de la vida global, aunque ellos no lo sepan, y, por la misma razón, de la sociedad. Lo manifiestan en tratar de frenar y de paralizar a la misma naturaleza en su evolución y generación de nuevas formas de vida, cuando nadie sabe qué ha decidido eliminar la naturaleza, la vida en general, pues sabemos ya desde la antigüedad que no hace nada en vano, Aristóteles, entre otros, lo recuerda. Cuando la naturaleza, sabia por encima de nosotros, decide eliminar no vida sino formas de vida, pues la vida no se elimina – en la naturaleza, este es un principio antiguo, nada se crea nada se destruye – y suele dar paso a nuevas formas de vida que son, por lo que se sabe, más evolucionadas.

La vida tiene un proceso, una evolución ascendente, **“la evolución de la vida es la evolución hacia la libertad”**⁶⁰. Es como si en cierta forma de conservacionismo se pretendiera frenar el proceso de la vida, su evolución hacia la libertad.

El problema que hay en este conservacionismo-mercancía es de otro tipo, de concepción vital del hombre y de la vida en general. La vida que se pretende controlar o preservar sin saber si debe ser así o no se convierte en una cosa, al final en una mercancía de consumo.⁶¹

En ciertos aspectos lo que hacemos es convertir la **naturaleza en una mercancía** para nuestro consumo, pero con una visión de reacción ante el futuro. Una vez más huimos del avance verdadero, en este caso encubriendo la huida de progresismo conservacionista indiscutible, la corriente de opinión lo impone, cuando es, con frecuencia, reacción, temor ante lo nuevo que pueda llegar desde la propia vida en su evolución ascendente hacia la libertad. Se pretende que la mercancía naturaleza siga igual.

El consumismo es de algo cuyo origen productivo es, según Platón, divino y nosotros lo reducimos a una cosa que deseamos controlar y no lo logramos.

Una idea diferente procedente de otra cultura y de otros valores puede permitir ver algo más acerca del proceso que se da en el consumo, en la producción y en nuestra manipulación de la naturaleza: “Lo que le acaece a la Tierra, les acaece a los hijos de la Tierra. Cuando los hombres escupen a la Tierra, se están escupiendo a sí mismos. Pues nosotros sabemos que la Tierra no pertenece a los hombres, que el hombre pertenece a la Tierra. Eso lo sabemos muy bien. Todo está unido entre sí, como la sangre que une a una misma familia. Todo está unido”⁶².

⁶⁰ M. Amis. *Koba el Temible*. Anagrama. Barcelona 2.004 (p. 265). Citado de V. Grossman

⁶¹ La vida que evoluciona hacia la libertad. Para vivir en libertad hay que amar profundamente la vida que no es más que sentir el gozo profundo al saberse unido a ella. Pero la vida no es únicamente la naturaleza, en el sentido que se le da en lo de ciertos conservacionismos parece que sí, y la vida se entiende incluso superior a la de los hombres o de algunos hombres; se convierte, entonces, en una cosa casi mecánica.

⁶² Del mensaje del Gran Jefe Seattle al Presidente de los EEUU de América en el año 1.855. *Nosotros somos una parte de la Tierra*. J. J. de Olañeta. Editor. Palma de Mallorca. 2.000 (pp. 31 y 32)

Acción de la ciencia sobre la naturaleza.

Un posible problema de nuestra influencia, de una forma u otra, en las condiciones generales de vida es el de la ciencia y sus aplicaciones que se convierten en mercancías, pues en la economía capitalista y de mercado los fines sociales son inducir y luego satisfacer necesidades en la gente, los avances científico-técnicos lo logran. Esto es básico para el sistema, ya se sabe que las necesidades se satisfacen con mercancías y beneficio privado.

En ocasiones se establecen restricciones legales a algunas producciones, formas de producir y también a ciertos consumos que degradan el medio ambiente o se encauzan las formas de consumo. Esto se hace según sean las corrientes de opinión existentes en la sociedad en distintos momentos. Tiene relación con la ciencia pues son sus aplicaciones las que dan forma al proceso productivo-consumista.

En ocasiones se producen verdaderas catástrofes, de algunas tenemos conocimiento, recuérdese Bhopal o Chernobil, pero no hay responsabilidades.

Sin entrar en lo mucho que se ha reflexionado y teorizado tanto sobre la ciencia como sobre la metodología, la influencia de la ciencia es grande en nuestro mundo, tanto por las mercancías que nos ofrecen sus aplicaciones, como por sus efectos sobre la naturaleza o por su utilización ideológica.

Definir la ciencia hoy no es fácil, a veces se confunde la ciencia con todo el conocimiento al darle la exclusividad del mismo, eso hace que también se confundan métodos más o menos científicos con la ciencia en sí, otras veces no se diferencia entre ciencia y técnica,...

Las **aplicaciones de la ciencia**, los desarrollos técnicos... influyen en las transformaciones que se producen en el medio al servicio del hombre, esto le permite satisfacer sus necesidades, por lo que deben considerarse como uno de los elementos importantes y necesarios e imprescindibles para la supervivencia humana. Pero eso mismo puede ocasionar serios y rápidos estropicios en aspectos que atañen a la vida y desviar su evolución natural, supongo que en esta evolución natural debe tenerse en cuenta como algo normal la acción racional del hombre de acuerdo con el desarrollo técnico alcanzado en cada momento.

El desarrollo industrial no necesariamente debe ser dañino, pues es imprescindible, creo que forma parte de las condiciones de vida de cada momento. La vida tiene inteligencia

y puede hacer avanzar todo lo que le atañe a partir de los cambios de cada momento surgidos en la propia vida de la que el hombre forma parte, si no fuese así sería absurda. La cuestión es cómo se plantea la ciencia y, de manera especial, su aplicación a la producción necesaria para satisfacer las necesidades humanas.

Habermas destaca la importancia de la ciencia: “En las actuales sociedades industrialmente desarrolladas, la ciencia, en cuanto motor del progreso técnico, se ha convertido en la primera fuerza productiva”⁶³, además tiene en cuenta el marco institucional que entiende constituido por normas sociales. También introduce otras cuestiones importantes en lo que cree debe ser el desarrollo científico-técnico, como son los fines, la importancia del Estado, la idea de someterlo a la razón para acabar diciendo que: “Es menester más bien poner en marcha una discusión políticamente eficaz, que ponga en relación, de modo racionalmente vinculante, el potencial social de saber y poder técnicos con nuestro saber y querer prácticos”.

Sobre la ciencia las ideas discrepan, no obstante, algunas pueden destacarse, “Las teorías científicas sirven para facilitar el examen de nuestras observaciones y de nuestros descubrimientos experimentales”⁶⁴

En un sentido más amplio puede entenderse lo que dice Monod: “La ambición última de la ciencia entera es fundamentalmente, como creo, dilucidar la relación del hombre con el universo”⁶⁵, más adelante habla del mal del alma cuando los sistemas confusos de moral, ciencia, religiosidad, progresismo cientista y pragmatismo utilitarista están fuera del conocimiento objetivo, hostiles a la ciencia que quieren utilizar pero no respetar y servir.

Hay numerosos puntos de vista y discusiones largas sobre la ciencia. En realidad creo que la ciencia busca encontrar leyes que expliquen el funcionamiento del universo, del mundo en su complejidad.

No pueden recordarse ahora otras discusiones como las de la filosofía de la ciencia con criterios peculiares de gente que no hace ciencia, así aparecen nuevas-viejas ideas sobre el falsacionismo, criterios de demarcación y otras discutibles ideas popperianas influyentes, al menos teóricamente, durante tiempo, o sobre otras teorías. Lo que aquí interesa es que en la acción evolutiva y transformaciones del hombre sobre la naturaleza

⁶³ J. Habermas. *Teoría y praxis*. Ed. Altaya. Barcelona 1.999 (pp. 314 a 334)

⁶⁴ E. Schrödinger. *Mente y materia*. Tusquets Editores. Barcelona. 1.990 (p. 95)

⁶⁵ J. Monod. *El azar y la necesidad*. Barral Editores. Barcelona 1.971 (pp. 9 y 185)

a la que pertenece, y, en el tema que aquí se trata, la ciencia y la técnica aplicadas a la producción de mercancías para nuestro consumismo, tienen gran importancia.

La cuestión de los avances científico-técnicos y su influencia sobre todo, sobre la vida en general, se tiene en cuenta de una u otra forma.

La dirección de los avances y de las investigaciones y su influencia en la evolución de las condiciones de vida plantea preguntas, también la necesidad de establecer criterios para seguir en una dirección u otra. La aplicación práctica de hallazgos de la ciencia llega a la sociedad, casi siempre en forma de mercancías, esto contribuye a establecer determinadas condiciones de vida.

Las acciones, **nuestras acciones siempre son causales**, las leyes conocidas del funcionamiento del mundo, la ciencia, dan algunas respuestas, pero no todas. Muchas veces no son conocidos los efectos y tampoco las primeras causas; en otros muchos casos la ciencia todavía no ha logrado descubrir cómo funcionan numerosos aspectos del mundo, pero, con frecuencia, se actúa en lo desconocido.

Se presenta el problema de los criterios y de los fines, debatido a partir de una clase de ética, que es cambiante como la sociedad, siempre condicionada por la producción y el consumo de mercancías, imprescindible para el sistema. Más que de ética, que es una expresión ambigua y acomodaticia, se trata de éticas distintas bajo una superior, la general del sistema.

El marco institucional del que habla Habermas influye en la dirección de los avances y, a su vez, éstos y los cambios que propician modifican el marco institucional o surgen nuevas instituciones, por lo que a cierto nivel, algunas instituciones son cambiantes, inciertas o inseguras con lo que se rompen, pues uno de los fines de las instituciones es establecer unas reglas de juego lo más claras posible.

Las instituciones, que son construcciones de la mente humana para aclarar relaciones entre los individuos, son normas sociales, se construyen involuntariamente por el arraigo de conductas o interesadamente por quienes tienen poder para ello. Entonces la dirección del cambio producido por los avances científico-técnicos es indeterminada, pues predominan intereses no muy claros en ocasiones

La dirección del proceso evolutivo del mundo, en lo derivado de las mercancías, no es clara, está condicionada por el consumo y por la producción procedentes de la aplicación de la ciencia. El consumo puede ser privado o estatal, cierta clase de consumo es estatal y, con frecuencia, para usos militares.

La idea de someter a la razón o la de la discusión política, también planteada por Habermas, creo que son propuestas para dar pasos más acordes con los avances científico-técnicos en un mundo que nuestro consumismo y la necesaria producción deteriora. También sugiere cierto control democrático, más en este momento en que se destinan ingentes recursos a la investigación.

Una razón universal es un asunto complejo, casi imposible y llevar eso a la política o a la economía es más imposible todavía. Los problemas desconocidos, aunque intuitivos, son un hecho, entre las causas más importantes está el consumismo social como forma de vida en el centro del sistema y la aspiración a lo mismo por parte de las sociedades que van emergiendo con fuerza y tienden a mundializar el consumismo, aunque la brecha, al mismo tiempo, se agranda.

En las posibles soluciones que se plantean hay desequilibrios, los países más fuertes imponen sus criterios o ignoran aquello que creen va contra sus intereses particulares. Los intereses contrapuestos impiden una actuación global más racional.

En la estructuración de la ciencia y en su aplicación posterior para el consumo de todas las clases suele darse otro hecho, en muchos lugares el coste de la ciencia es social, pero el beneficio de su aplicación es privado. Aunque no pueda tratarse esto ahora, debe considerarse.

Para Platón, también la justicia de la ciudad es mayor que la individual, lo que no significa que deba existir la menor injusticia individual, no puede darse la justicia social y al mismo tiempo la injusticia individual. Dice Platón: “La idea del bien es el conocimiento más importante, pues es esa idea la que proporciona utilidad y positiva ventaja tanto a la justicia como a las demás virtudes”⁶⁶.

Aceptando esto, la dirección de los avances debería ser la de la justicia de la ciudad, lo que es beneficioso para toda la sociedad y por consiguiente para cada individuo.

El planteamiento de Rousseau no difiere mucho: “Si el Estado o la ciudad no es más que una persona moral cuya vida consiste en la unión de todos sus miembros, y si el más importante de sus cuidados es el de la propia conservación, le es indispensable una fuerza universal e impulsiva para mover y disponer de cada una de sus partes de la manera más conveniente de todo. Así como la naturaleza ha dado al hombre un poder

⁶⁶ Platón. *La República*. Aguilar. Madrid 1.988. (pp. 80 y 315)

absoluto sobre todos sus miembros, el pacto social da al cuerpo político un poder absoluto sobre todos los suyos”, más adelante sigue: “lo que es bueno y conforme al orden, lo es por la naturaleza de las cosas e independientemente de las convenciones humanas. Toda justicia procede de Dios. Él es su única fuente; pero si nosotros supiésemos recibirla desde tan alto, no tendríamos necesidad de gobierno ni de leyes. Sin duda, existe una justicia universal emanada de la sola razón, pero ésta, para ser admitida entre nosotros debe ser recíproca”⁶⁷.

Hoy el pacto social sólo puede ser global, pues en la transformación del mundo por medio de nuestra producción y de nuestro consumo se ve afectada la totalidad.

Pero estos planteamientos son absurdos ya que las sociedades funcionan de otra manera. El problema surge desde el principio y es el de decidir qué es el bien común y para quién es común. La solución lógica estaría, si eso fuese posible, en la justicia, en la idea más amplia de la misma que afecta y concierne a todo y a todos.

Parece forzado hablar de la justicia, pero la verdadera justicia no es más que la virtud social que iguala a todos los hombres y permite que cada uno “haga lo suyo” como nos enseña Platón en *La República* que escribió para explicarnos la justicia

La importancia de la justicia en lo que se está tratando estriba en la idea del bien común que afecta a todos y cada uno, y la naturaleza, aunque se haya convertido en una mercancía de propiedad privada, es el primer bien común de todos los hombres.

Los filósofos dicen que la esencia de todos los hombres es la misma, dicho de otra forma, todos los hombres somos iguales, sin embargo, esto que no es retórico, en la vida social se queda en algo meramente intelectual y no real. Tiene relación con la utilización que hacemos de lo más común a todos, de la naturaleza en la que todos somos y de la que formamos parte en igualdad. Sin embargo, no funcionamos de acuerdo con nuestra situación real pues los que se han adueñado de mayor poder, que utilizan para su beneficio privado, lo aplican al uso de la naturaleza con ese mismo fin, por lo que, y por decirlo de alguna manera, desposeen todavía más de su proporción de naturaleza, de vida, a quienes menos tienen.

La naturaleza está sometida a “leyes” o regulada, si puede decirse así, leyes de alguna clase; su conocimiento y descubrimiento forma parte de lo que aporta la ciencia, la aplicación práctica de esta es la que llega de manera tangible a nuestras vidas, casi

⁶⁷ J. J. Rousseau. *El contrato social*. Edaf. Madrid 1.992. (pp. 74 y 82)

siempre en forma de mercancías y sus consecuencias afectan a todos y a la naturaleza en general, a la vida y a sus condiciones de cada momento.

Es innegable que el hombre es naturaleza, igual que un mineral o una planta, pero está dotado de la capacidad de razonar y de actuar con libertad tras haber decidido qué hace, con esa capacidad puede transformar la naturaleza, las condiciones de vida en una dirección que supera la marcada por la actuación instintiva de los demás seres y elementos de la misma. No hay ninguna razón que haga pensar que el hombre y, por lo mismo, la sociedad no estén sujetos a alguna “ley” que establezca el buen funcionamiento social, “ley” transgredible dado lo que es el hombre. Esta supuesta “ley” está al alcance de los hombres que están dotados de “potencialidades divinas” para que puedan cumplir su tarea de hombres⁶⁸.

La vulneración de esa supuesta “ley” supone un mal funcionamiento social⁶⁹ Seguramente esa supuesta “ley” social tendrá relación con una justicia universal, con la verdadera libertad,... y con otras instituciones sociales. Son cosas imposibles.

Lo que sí parece razonable es pensar que los avances científico-técnicos y, en general, cualquier acción sobre nuestro medio natural, que sean acordes con esa supuesta “ley” llevarán a una acción en la evolución de las condiciones generales de vida y en la transformación de la naturaleza, desde el lado del hombre, acorde con la misma, en consecuencia con la naturaleza del hombre.

Esa acción sobre la naturaleza la realizamos, en gran parte, por medio de la producción y el consumo de mercancías, la actuación se manifiesta así en el mundo sensible, acción inevitable y necesaria puesto que tenemos que satisfacer nuestras necesidades y es el medio que nos ha proporcionado la vida.

Estas divagaciones son sobre imposibilidades en nuestro actual mundo.

⁶⁸ Esto se ha explicado muchas veces a lo largo de nuestra historia, los filósofos, pensadores, místicos, poetas,... Se sabe además que todos los hombres estamos dotados de lo mismo, la esencia es la misma en todos, la capacidad para adquirir conocimiento está en todos,... Ha habido algunos hombres que nos han mostrado el camino, pero actuamos de manera diferente a la razón y al conocimiento. Sabemos también que las soluciones colectivas impuestas han acabado en tragedias masivas. Ahora hemos encontrado otra solución colectiva, el consumismo y lo que hay tras él, impuesta con formas distintas a las anteriores; también causa tragedias masivas, pero las ignoramos y gradualmente, debido a todo lo que conlleva, vamos perdiendo la conciencia de nuestras verdaderas posibilidades, reducimos lo que es el hombre a algo de lo que decía M. Weber hace cien años, según se ha recordado al principio de estas páginas.

⁶⁹ Malo o bueno es subjetivo, depende de concepciones del hombre, de valores morales que se confunden con facultades o potencialidades innatas en todo hombre, etc. Entiendo que una parte del mal funcionamiento social se da cuando en la sociedad no imperan la justicia, la libertad,... las condiciones para el total desarrollo de cada hombre desde lo que es en sí, desde su esencia. Pero en qué es la libertad o

El funcionamiento de nuestra sociedad con respecto a la naturaleza es bastante peculiar. Puesto que de algunos elementos de la naturaleza el hombre no puede apropiarse individualmente y establecer derechos de propiedad y de otros sí, lo que hace es, con derechos de otra clase y sobre otros elementos influir en la naturaleza para obtener beneficio individual, esto con independencia e indiferencia del resultado que pueda darse en el conjunto.

Quien tiene poder lo ejerce. Los hombres se han organizado de manera que unos tienen poder sobre otros y también sobre la naturaleza, eso creen.

Se sabe que una de las características importantes del sistema capitalista es la depredación tanto de los hombres como del resto de la naturaleza, así lo evidencian los hechos, esta acción depredadora tiene consecuencias. Sobre los hombres en forma de explotación y sobre la naturaleza en forma de degradación. Los resultados reales de esta forma de actuar en tiempo largo, el que la naturaleza suele necesitar para mostrar con claridad los cambios que se producen en ella, no los conocemos y al incidir en la vida, en la naturaleza de un modo irracional ignoramos cuál será su reacción y qué clase de condiciones de vida se darán.

La **superexplotación** que se da sobre muchos millones de hombres en algún momento originará alguna clase de reacción, de hecho ya se están produciendo reacciones, pues el capitalismo que hoy conocemos no tiene por qué ser el modo definitivo. La historia nos enseña que otros modos de producción como el esclavista o el feudal han durado siglos, todavía quedan restos, pero como tales modos de producción han ido desapareciendo gradualmente hasta casi extinguirse del todo. En el escaso tiempo que lleva funcionando el capitalismo industrial también ha habido intentos de superarlo, pero estos intentos han tenido como resultado tragedias masivas. Las sociedades, aunque tarden siglos, acaban reaccionando contra la injusticia cuando la sufren en grados altos y masivos, hasta ahora no se han encontrado soluciones colectivas salvadoras, pero los intentos que se hacen en algún momento pueden permitir encontrar soluciones que existen desde lo que es el hombre.

Esto aparentemente nada tiene que ver con este apartado, pero no es así, el hombre que es naturaleza y el principal transformador de la misma con los grados de libertad que ha

la justicia tampoco nos ponemos de acuerdo los hombres. Para muchos el buen funcionamiento social es el que les permite mantener sus privilegios, derechos particulares frente a otros, etc.

encontrado dentro de la libertad total que, como forma de razón según Hegel, está en él es importante en el avance de toda la vida, en la evolución de la vida hacia la libertad.

No pueden repasarse los conflictos sociales y la degradación que realiza el hombre en todo el proceso de la vida, algunos son conocidos y están en la memoria, otros son desconocidos.

En la totalidad de la naturaleza se da esa degradación que origina reacciones de la vida, rara vez las conocemos en todo su significado y menos antes de actuar, pero la alarma ya hace tiempo que se ha disparado.

Tampoco conocemos las clases de reacciones y si supondrán un grave deterioro en las condiciones actuales de vida como mutaciones extrañas, cambios climáticos, mayores miserias alimenticias o mil formas que hoy no somos capaces de imaginar. Hay voces que claman contra la degradación, pero como ante todas las voces que claman contra alguna clase de injusticia, y el trato que damos a nuestro medio natural no deja de ser una injusticia que afecta a todos, la sociedad, desde su alegre e inconsciente consumismo, está sorda.

Las transformaciones de la naturaleza, por medio de la producción y el consumo, son inevitables y necesarias dadas las necesidades del hombre y cómo y dónde debe satisfacerlas, pero la degradación es evitable, lo mismo que la depredación, pues el hombre está dotado de la capacidad de razonar, entre otras, y es segura que la aplicación de la razón recta para satisfacer las necesidades humanas hace evolucionar a la naturaleza, en la que nosotros somos, hacia la libertad total.

4 – SOBRE EL CONSUMISMO Y EL UTILITARISMO

Aunque los antecedentes del utilitarismo son antiguos, según Bandrés están en la filosofía del derecho natural y: “Hay, por consiguiente, una continuidad programática que enlaza el utilitarismo con la escolástica y el iusnaturalismo, y que impregnaría, con posterioridad, las hipótesis básicas de la economía del bienestar”⁷⁰, la idea más próxima es la del utilitarismo surgido en Inglaterra como una propuesta de distribución igualitaria de la renta y criticado desde distintos puntos de vista, dio pie a diversas propuestas. Sus máximos representantes seguramente fueron Bentham y J. Mill; alrededor del utilitarismo surgieron diversas propuestas dirigidas a la política económica.

Elaboraciones de la época y posteriores parten de la idea de la búsqueda de la felicidad y la prevención de la infelicidad⁷¹ tanto individual como social, también surgen los conceptos de bienestar, etc.

Ya desde el primer momento en que empezó a considerarse en la ideología hubo una idea bastante sesgada, así, Bentham, uno de los más conocidos representantes de esta tendencia, es atacado y hasta despreciado en ocasiones, el deprecio de Marx es conocido, por ejemplo, cuando explica la compra y la venta de la fuerza de trabajo dice que: “...sólo reinan la libertad, la igualdad, la prosperidad y Bentham” y más adelante: “...y Bentham, pues a cuantos intervienen en estos actos sólo les mueve su interés. La única fuerza que los une y los pone en relación es la fuerza de su egoísmo, de su provecho personal, de su interés privado. Precisamente por eso, porque cada cual cuida solamente de sí y ninguno vela por los demás, contribuyen todos ellos, gracias a una armonía preestablecida de las cosas o bajo los auspicios de una providencia omniastuta, a realizar la obra de su provecho mutuo, de su conveniencia colectiva, de su interés social”⁷²

J. Stuart Mill incluye, en el ensayo citado, hasta la justicia y propugna por soluciones a las causas de la insatisfacción que achaca al egoísmo y a la incultura, cosas similares plantea en otros puntos.

⁷⁰ E. Bandrés. *Economía y redistribución*. Centro de publicaciones Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Madrid 1.993. (p. 12)

⁷¹ J. Stuart Mill. *El utilitarismo*. Alianza Ed. Madrid. 2.002 (p. 52)

⁷² K. Marx. *El Capital*. Vol I. F.C.E. México 1.973 (pp. 128-129)

Sin embargo, después de años, la idea de utilitarismo que se ha impuesto en la sociedad es que “cada individuo intenta maximizar su utilidad”⁷³, en cierta forma es el resultado para la sociedad tras discusiones académicas, durante tiempo, sobre redistribución de la renta, estado del bienestar, etc. Es, en lenguaje más claro, la aceptación por parte de la sociedad de que cuantas más mercancías, la sociedad las llama bienes, se le dan al individuo para su consumo, más elevado es su nivel de satisfacción. Ya no se habla de felicidad.

Satisfacción lo más alta posible alcanzada por medio del consumo de bienes y servicios, así llaman a las mercancías; por consiguiente, cuanto más consumo mayor es la satisfacción. Esto tiene, al masificarse el consumo en las sociedades del centro del sistema, consecuencias que contribuyen a adjetivar a nuestra sociedad de hedonista, aunque en este momento, tal vez más que adjetivo ya sea sustantivo. Esta descripción de nuestra sociedad que hacen distintos pensadores da, junto con otros factores, la idea de vacío, de nada,...

Para consumir ostentosamente la gente busca la riqueza, pero por sí misma y por lo que da en forma de privilegios, consumismo,... Tal como se busca, posee y utiliza puede debilitar a las sociedades⁷⁴ cuando el consumismo está arraigado y masificado, cosa que sucede actualmente, puede dar eso que dice Spinoza.

Las críticas y las consecuencias de esa idea de utilitarismo son bastante antiguas, ya Platón dice que “los mayores placeres y los mayores dolores nacen en cierta perversión del alma, no en su perfección”⁷⁵

La búsqueda de la satisfacción individual en nuestra sociedad se relaciona con el consumo de mercancías, con la insatisfacción de la gente que siempre necesita consumir más para alcanzar mayor nivel de satisfacción, con el consumismo como única realidad. En el análisis económico ortodoxo todo esto se tiene en cuenta y, en cierta forma, es uno de sus puntos de partida. El lenguaje cambia pero no el hecho.

⁷³ E. Bandrés. *Economía y..* (p. 315)

⁷⁴ Spinoza recuerda a propósito de los chinos y los tártaros y la recuperación de la nación por los primeros: “cuando las riquezas y la molicie hayan debilitado a los tártaros” En su *Tratado Teológico-Político*. RBA Barcelona 2.002 (p. 62)

⁷⁵ Platón. *Filebo*. Ed. Gredos. Madrid 1.997 (p. 85)

La lógica de la sociedad para preservar el derecho a la mayor satisfacción individual, al consumismo, es situar al individuo en una sociedad dotada de innumerables derechos individuales.

Desde una concepción determinada del hombre es lo correcto, desde otra distinta, la del hombre hacia el desarrollo de sus “potencialidades divinas” supone la paralización, el adormecimiento o la ignorancia de las verdaderas posibilidades del hombre.

Calidad de vida

Todo se convierte en mercancía aunque no todo en sentido estricto lo sea. Un ejemplo es cuando se habla de **calidad de vida** con reiteración, machaconamente. Esta expresión ya fue utilizada por Stuart Mill en el ensayo citado antes. Las connotaciones de esta expresión y la aceptación normal e inconsciente son que la vida consiste en un producto más, en una mercancía, no debe olvidarse que en el sistema capitalista es así realmente, pero en esta expresión, calidad de vida, se le da un significado diferente a la vida.

Calidad significa: “propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie”.

Vida según el diccionario de la RAE es: “Fuerza o actividad interna sustancial, mediante la que obra el ser que la posee”, también: “Estado de actividad de los seres orgánicos” y: “Unión del alma y del cuerpo” y: “Espacio de tiempo que transcurre desde el nacimiento de un animal o vegetal hasta su muerte” y: “Duración de las cosas”, el diccionario también se refiere al modo de vivir de una persona en lo tocante a la fortuna o desgracia o comodidades o incomodidades, también se refiere al alimento necesario para vivir o mantener la existencia, en otra acepción: “Persona o ser humano” y varios sentidos más. En las varias expresiones y acepciones consideradas por el diccionario no aparece “calidad de vida”.

Cuando la gente se refiere a la vida no sabe muy bien qué significado preciso tiene. Si dicen que hay que respetar la vida de todo el mundo, nosotros cada día asesinamos a varios miles de personas de la periferia y no decimos nada, claro que eso es necesario para mantener nuestra situación consumista. Si se refieren a la vida de cada uno, a la propia, sí se intenta preservar y alargar. Pero también hablan del derecho a la muerte digna, de la eutanasia como derecho, del alegre aborto como derecho, etc. Las leyes que amparan esos derechos o llegarán a ampararlos son sociales por lo que disminuyen la

responsabilidad individual; los derechos concernientes a la vida o a la muerte, sólo a las nuestras, están en el ambiente social de manera ambigua y sin que nos supongan condicionamiento alguno. La vida aparece como algo relativamente ambiguo.

La gente emplea el término vida en un sentido sobrentendido y difuso.

Ya se sabe que el lenguaje se presta a juegos, manipulaciones y tergiversaciones, además juega un papel coercitivo y limitativo o expansivo según cómo se utilice. Recuérdese a Wittgenstein, en una de sus numerosas reflexiones: “Los límites del lenguaje son los límites del mundo y los límites de mi lenguaje son los límites de mi mundo”.

La expresión “calidad de vida” tiene éxito en la sociedad consumista, en la que se desenvuelve nuestra vida. En la confusión existente, la limitación de lo que es la vida, nuestra vida por medio del lenguaje, nos constriñe a cambio de más mercancías y, en la confusión sutil del lenguaje, nos convierte en lo que nos quedaba de vida independiente en más cosa, si en la realidad productiva nuestra vida es una mercancía, en la realidad del consumismo nuestra vida es una cosa; cosa: “Todo lo que tiene entidad, ya sea corporal o espiritual, natural o artificial, real o abstracta”, es decir, en algo, en cualquier algo. Vida-mercancía-cosa, en realidad mercancía, pues en nuestra sociedad consumista el centro son las mercancías.

Las empresas buscan diferenciarse en su desaforado competir y deseo compulsivo de crecer, de ser mayores, para ello ofrecen la calidad de sus mercancías como elemento fundamental para competir.

Competir, en su significado verdadero es: pelear, batallar entre ellas, las empresas, para adueñarse de lo mismo, del mercado, del lugar en que se compran y se venden las mercancías. Como el mercado es una conceptualización, está regulado, es decir, se estructuran derechos en varios sentidos, lo que se compra y se vende son derechos de propiedad. Las empresas compiten, pelean, batallan por adueñarse de una serie de derechos.

Los teóricos de la empresa, de la organización de empresas, de la dirección de empresas, de marketing, etc. dicen que las empresas compiten por la “calidad total”, es falso, compiten por tener más poder, por ganar más dinero, por ser mayores,... y para eso utilizan las mercancías que producen y esas mercancías necesitan, en una sociedad de derechos, la calidad que es un derecho del consumidor y está regulado, en parte, en lo que llaman libre mercado que, ya se sabe, no es tan libre.

Nuestra sociedad de derechos ha establecido lo que se ha dado en llamar el “estado del bienestar”, que está relacionado con los derechos individuales, pero únicamente cuando la marcha de la economía o de otros hechos lo permiten. Ya se ha recordado cómo se constriñen y reducen algunos derechos cuando la economía no funciona como se espera. Relacionada con el estado del bienestar está la que llaman “calidad de vida” que, a su vez, está relacionada con las mercancías tangibles o con los servicios que la gente consume, con su cantidad y calidad, en este caso concreto es correcto hablar de calidad ya que se refiere a mercancías.

Antes se ha recordado el significado de calidad, según el mismo sólo puede aplicarse a cosas y una cosa es todo lo que tiene alguna entidad material o espiritual, como eso de espiritual no está tampoco claro en la sociedad habrá que convenir que una cosa es un “objeto inanimado por oposición a viviente”, pues la calidad necesariamente, según lo que significa, debe ser comparable y medible y las cosas espirituales en cuanto a su medición o comparación son no medibles y, además, subjetivas.

La calidad, pues, de acuerdo con su significado verdadero supone la posibilidad de medición y si esto no es fácil, al menos la de comparación con otras cosas de su misma especie que sirven de referencia. Sin esto, en sentido estricto, no puede hablarse de calidad.

Se habla de buena o de mala calidad, cuando la expresión se refiere a “calidad de vida”, implícitamente se entiende buena calidad.

“Calidad de vida” significa, según su verdadero concepto, que la vida de uno tiene la cualidad de calidad por lo que necesariamente es comparable con otras vidas y, en cierta forma, medible y es igual, mejor o peor que otras vidas, pero esto es imposible conocerlo salvo que la calidad de la vida humana pueda medirse y esto tampoco es posible a no ser que se le adjudiquen una serie de atributos externos medibles o comparables, prescindibles por lo mismo, que nada tienen que ver con la vida en sí. Estos atributos externos son las mercancías y la calidad es la de las mismas que el individuo consume. Las mercancías sí tienen una calidad u otra, son comparables.

Las mercancías pueden contribuir a hacer que, aparentemente, la vida sea más placentera.

Para medir o comparar la calidad de las cosas se establecen y definen unos estándares medibles de cada una de ellas, entonces puede hablarse de calidad.

En el hablar de los políticos, de los anunciantes y de sus anuncios, de los que leen las noticias,... y de la sociedad se recurre a la “calidad de vida” dándole un significado sobrentendido, pero la expresión tiene un significado ambiguo, difuso y concreto en la idea de la concepción del hombre que han impuesto las corrientes de opinión.

Cuando en la sociedad se habla de “calidad de vida”, al ser un concepto difuso, aunque aparente ser claro, la referencia suele ser etérea y se sobrentiende qué es y, en ese concepto, se incluye lo que se quiere, pero especialmente las satisfacciones materiales proporcionadas por las mercancías de todas las clases. Se incluye el ocio-mercancía; la salud-mercancía, concebida de manera bastante mecánica, es un concepto del hombre; la naturaleza-mercancía, etc.

Vida equivale, en esta idea, a un producto medible por su calidad, aunque no se diga. De manera imperceptible se considera al individuo como un objeto, que ya lo es en el funcionamiento del sistema, en el modo de producción que condiciona los procesos humanos y sociales. El individuo se convierte en una cosa a partir de una sutil tergiversación del lenguaje.

Si ya en el modo de producción capitalista el individuo es una mercancía real, en la dinámica social ya se ha impuesto que sea un objeto. Los fines del hombre no existen de manera clara y sus “potencialidades divinas” carecen de sentido, excepto cuando tienen resultados tangibles inmediatos, casi siempre, en forma de mercancías de la clase que sean.

Algunos pensadores ya empiezan a intuir este hecho. El hombre mecánico, el hombre-máquina en una sociedad sin futuro.

A esto contribuyen varios factores, la era científico-técnica ha hecho concebir ciertas esperanzas fáciles, así, la ciencia alarga la vida, cura las enfermedades, las nuestras, no las de los de la periferia, incluso se alcanzará la inmortalidad, eso cuentan algunos, aparecen negocios como la criogenización y se inventan expectativas a raíz de la aproximación al conocimiento del genoma, la clonación, las formas de manipulación de la vida, no sólo la animal o la vegetal, sino la humana. Todo son asuntos técnicos que inducen esta concepción del hombre. Si, al mismo tiempo, las mercancías proporcionan satisfacción y placer, la calidad de vida debe aumentar.

Es innegable que tras esto hay fenómenos sociales peculiares. Algunos pensadores actuales definen y explican esto de varias forma. Algo de esto se verá más adelante.

Si la vida parece ser una mercancía especial, de consumo propio y exclusivo, la muerte es, en consecuencia con esto, lo mismo. El tratamiento de la muerte es peculiar y muestra el utilitarismo, la ostentación, la cosa social, el rol social,...

Se muere fuera del hogar, en edades avanzadas, se burocratiza, etc.⁷⁶, o las desgracias de los individuos en ciertos casos como accidentes colectivos, muertes por fenómenos naturales,... la sociedad ofrece la atención de funcionarios de los sentimientos, profesionales del consuelo burocratizado y en serie sustituyendo a lo antiguo, la arcaica creencia en la inmortalidad del alma o en Dios. El individuo es tratado como una cosa más sobre la que se realiza un trabajo asalariado y burocratizado, con horario laboral,...

El actual sentido del utilitarismo es el de utilizar lo que sea en beneficio propio para el placer, la satisfacción. Es el sentido burdo de las primeras ideas del utilitarismo.

Las cosas son en cuanto tienen esa clase de utilidad, las personas son lo mismo, el hombre-mercancía y el resto.

Aunque la vida de la gente se trata como una mercancía de consumo no procede de la transformación de los bienes naturales por medio del trabajo, es mercancía en virtud de su utilidad es, el antiguo valor de uso de las mercancías, otro bien de la naturaleza, aunque el hombre se considere ajeno a ella, pues la naturaleza es, en las sociedades urbanas, otra mercancía para consumir. En esto el hombre es peor tratado que el resto de la naturaleza.

El cambio social en la percepción y en la actuación tiene relación con la masificación del consumismo, con lo expresado por pensadores actuales, ya recordado antes. Surge otra sociedad, otros valores, otras instituciones, otra ideología: vivir en una idea simple del utilitarismo.

De las ideas del utilitarismo en los más de ciento cincuenta años de desarrollo, sobre todo teórico, algunos economistas han encontrado un marco adecuado para discutir políticas públicas, especialmente las redistributivas. Al aparecer lo que consideran juicios de valor, los planteamientos redistributivos han quedado subordinados a los que serían principios aceptados por la ciencia económica convencional. Eso es no plantearse los problemas sociales de fondo desde el punto de vista de cierta equidad económica que, en nuestro mundo, tal como funciona la producción de mercancías, debe ser global.

⁷⁶ L. V. Thomas. *La muerte*. Altaya. Barcelona 1.999 (pp 79 y ss.)

5 – CONSUMISMO Y OSTENTACIÓN SOCIAL

Otra de las manifestaciones del consumismo es la ostentación social, mostrar a la sociedad el estatus adquirido, lo que sólo puede hacerse mediante el derroche, el lujo de la clase que sea.

En su obra *Teoría de la clase ociosa*, Veblen intuye la importancia de la depredación en la sociedad dice que una primera condición necesaria para que surja una clase ociosa es que: “la comunidad debe tener unos hábitos de vida depredadores (guerra, caza mayor o ambas a la vez), es decir, los hombres, que constituyen en estos caos la clase ociosa en proceso de incoación, tienen que estar habituados a infligir daño por la fuerza y mediante estratagemas”⁷⁷, luego explica la ostentación y repasa diversos aspectos de la misma a partir de lo que llama “emulación pecuniaria”, al final da importancia a la formación como perpetuadora del sistema; el título del último capítulo es esclarecedor: “El saber superior como expresión de la cultura pecuniaria”.

Se trata de representar, de aparentar. Derrida explica: “el individualismo moderno que se desarrollaría desde el Renacimiento, se interesaría más por el rol desempeñado que por esa persona singular... La igualdad entre todos, santo y seña de la revolución burguesa, se transforma en la igualdad objetiva o cuantificable de los roles, no de las personas”⁷⁸.

Nuestro mundo, el del lucro como “pasión agonal”, inundado de mercancías, en el que todo se convierte en mercancía, todo se compra y se vende, un mundo en el que nos revestimos de atributos externos mediante las cosas, mediante mercancías, sólo puede valorar las mercancías.

Los valores sociales son conocidos, en lo más alto el más rico, la gente compite por la riqueza, es decir, pelea por hacerse con la riqueza ajena, batalla por ser el más rico, no importa cómo se consigue.

A ello se le da publicidad, se informa; hay listas, clasificaciones de ricos a nivel nacional, a nivel mundial. Los medios de información muestran las mansiones, las casas de los ricos. Aparecen clasificaciones de gente elegante, de gente bien vestida, eso dicen, etc. Y eso la sociedad lo mira, lo admira, lo envidia.

⁷⁷ T. Veblen. *Teoría de la clase ociosa*. Orbis. Barcelona 1.987 (p. 19)

⁷⁸ J. Derrida. *Dar la muerte*. Paidós. Barcelona 1.998 (P: 42)

Las mercancías se pueden clasificar según diferentes criterios, uno de ellos las divide en bienes de lujo y los demás bienes, pues no los llaman mercancías, esto ya indica algo, las mercancías de lujo son o bien superfluas o bien necesarias, en éste caso sus atributos las hacen especiales de manera que se establece la diferencia con las que satisfacen las mismas necesidades por el precio, por el poder adquisitivo de quienes las consumen, por la marca, son mercancías más caras que otras que tienen la misma función. Quien consume esas mercancías cree estar mejor valorado por la sociedad, no es necesario recordar ejemplos, hay cientos de ellos.

Estas mercancías de lujo marcan ante la sociedad, para sus consumidores y para los deseosos de poder acceder a ellas algún día, un “estilo de vida”, el “éxito en la vida”, el ascenso social, superioridad, “éxito económico”,... marcan “diferencias”. Lo que se transmite a la sociedad es que uno “ha llegado”, se le informa ostentosamente.

Para mostrar al mundo lo que uno cree que es se reviste de toda clase de atributos externos comprables con dinero, todo puede comprarse.

Si antes una de las manifestaciones de superioridad eran los títulos de nobleza, cuyo origen es conocido, ahora se adquieren otras clases de títulos que, en el reconocimiento social, marcan diferencias. La gente cree que la sociedad actual valora los adjetivos más refinados, así es que los que están en lo alto de la escala social buscan formas adicionales de adjetivarse, de ser reconocidos públicamente.

Los grandes empresarios, hombres de negocios, etc. lo que hacen es comprar manifestaciones de honores considerados ética y estéticamente por la sociedad de altura moral, intelectual,... así: doctores honoris causa – realmente nunca logra saberse cuál es la causa de tales honores, se supone que son títulos de conocimiento y, algunas veces, hasta se atreven a decir sabiduría, lo que denota gran ignorancia, osadía y, una vez más, la tergiversación de las cosas y del lenguaje – en distintas universidades a individuos que, a veces, tienen que comprar esos títulos en universidades, en ocasiones, extranjeras por tener causas judiciales abiertas en sus países. También compran convertirse en benefactores sociales, en académicos de cualquier cosa como de, lo que ahora llaman, ciencias morales, aunque estén bajo sospecha pública o judicial, de la lengua, etc. o reciben, compran, premios específicos como ser nombrados hijos adoptivos de lugares, ciudadanos del año y cosas así. Basta con leer la prensa diaria.

No debe olvidarse que este negocio de los honores, la mercancía honores, pues es una compraventa, supone que alguien vende y alguien compra la citada mercancía por un

precio satisfactorio para ambas partes. Los organismos de relieve social en esas mercancías, los de los honores, cobran y los ricos que quieren comprar para añadirse otro atributo externo, en este caso en forma de honorabilidad, pagan. En realidad se muestra cierta hipocresía y, más que inmoralidad, la amoralidad que transmite el rico y poderoso como valor importante para ostentar en la sociedad, ésta al ser un uso entre algunos ricos lo acepta.

Significativamente una parte del reconocimiento social comprado es en el campo intelectual o en el moral en forma de la correspondiente mercancía. La gente compra aquello de lo que carece o cree poseer en cantidad insuficiente. Nadie compra lo que ya posee. Se vende aquello que proporciona algún beneficio. Las transacciones de mercancías se realizan entre dos, el comprador de honores o cosas parecidas y el poseedor o controlador de los sellos de honorabilidad.

Los organismos que conceden honores, que venden honores y quienes los dirigen obtienen beneficios.

Otras formas son las de buscar y publicitar la compañía pública, ostentosa con gente reconocida socialmente por esas cualidades, claro que si en realidad tienen esas cualidades, quienes realmente podrían vender esa compañía no aceptan el juego.

Se adquieren obras de arte – cuánto saqueo, miseria ajena y sangre hay tras muchas colecciones de arte que son instrumento de ostentación – colecciones de la mercancía que da un barniz social. Si esas propiedades son verdaderas obras de arte, lo que ese arte transmite y enseña se le hurta a la sociedad.

Se organizan fundaciones, mecenazgos o cosas parecidas para aparecer ante la sociedad como benefactores, prohombres, etc.

Cuanta más riqueza se posee y se muestra, esto es imprescindible, mayor es la altura en la escala social.

Cómo se ha logrado la riqueza carece de importancia, lo relevante es llegar. La sociedad respeta, admira, idolatra al rico, supongo que por deseo de llegar a lo mismo quien no es rico. La sociedad ofrece la esperanza a cualquiera para llegar a ser rico, algunos lo consiguen. En ellos se mira el resto.

Se juega un rol en la sociedad, uno es lo que muestra y lo que representa, no es la persona, no es el hombre, es el papel social. La sociedad valora el dinero, cuanto más dinero se enseña, se muestra, mayor es la consideración social. El dinero se muestra en todo su poder mediante la ostentación, por medio de determinadas mercancías, a ser

posible, exclusivas. El brillo de la riqueza se muestra a través del brillo de las mercancías. Uno no brilla, son las cosas que posee, sus mercancías, su apariencia.

Al representar un papel y convertirse en las cosas que se muestran, uno no es, uno es las cosas, uno no es por sí mismo, es por lo que muestra. A eso se tiene derecho, es la diferencia con los que son inferiores, casi todos los demás.

La gente no se pregunta si eso es justo o injusto, si el origen de la riqueza es justo o injusto, siempre es injusto. Es un derecho y una aspiración de gran parte de la sociedad, los demás no importan, si no llegan son inferiores, tienen menos derechos.

Uno no se pregunta de dónde proceden las diferencias, simplemente están o deben ser, así es el mundo. La gente del mundo desea llegar a eso, los que no pueden llegar lo admiran, respetan y veneran.

Las “clases altas”, que suelen marcar pautas de comportamiento y de consumo, son imitadas. Las “clases altas” buscan nuevas formas de diferenciación, formas visibles y ostentosas. Quienes, de “clases inferiores”, se acercan o tienen algún tipo de relación con las “clases altas” creen que alcanzan mayor prestigio social.

El nuevo paraíso ya no es el del consumismo únicamente, es el del consumismo de mercancías de lujo. También hay clases de paraísos.

Se produce una **institucionalización de la ostentación**. Se trata de instituciones informales, en términos de North, que asientan determinadas conductas asumidas y arraigadas en la sociedad, reglas no escritas, pero con gran fuerza al proceder de esta clase de hábitos aceptados, cuyo fin es establecer, marcar diferencias por medio de lo que entienden por elevación social. Todo esto es aceptado por las clases sociales tenidas por inferiores, pues su aspiración es alcanzar lo alto, la elevación social demostrable. También forma parte de la estabilización social del sistema.

Hay conciencia de clase en todas las manifestaciones del consumismo ostentoso: en lugares, usos, clubes determinados, cuanto más exclusivo mayor es la altura social, viajes, lenguaje, vestido, viviendas, barrios residenciales, etc. que establecen con claridad las diferencias. Esta clase de elevación sólo puede lograrse por la vía económica y manifestarse por la ostentación consumista.

En último término lo que el consumismo significa, desde este punto de vista, no es más que el asentamiento de clases, de estatus sociales a los que únicamente puede accederse desde dentro del sistema.

Lo mismo sucede con las sociedades como tales, las sociedades opulentas que se convierten en modelos para las sociedades que viven en la estrechez o en la miseria. El modelo de éstas últimas, su ideal no es el cambio a otra clase de sociedad, sino a la sociedad opulenta que ven a distancia pero existe, a la posibilidad y sueño de acceder al paraíso consumista que muestran las sociedades del centro del sistema.

Para engañarse las sociedades de la miseria o de la estrechez, la gente que puede procura consumir y utilizar marcas que dan prestigio, aunque sean falsificadas las mercancías que lucen determinadas marcas. Siguen e imitan la senda de la apariencia, sueñan con esa realidad. La inmigración masiva a Occidente, en parte, responde a eso, aunque el problema es mucho más complejo.

La forma de entender el consumismo y vivir instalados en él contribuye a definir y asentar clases, escalas sociales dentro del sistema que ya apenas se cuestiona. Las clases sociales no son sólo en un mismo país, ahora son también entre países, hay países de clase superior.

Se desea participar, estar integrado en el sistema, ser uno con el sistema, ser en el sistema. Se desea disfrutar de todo lo que ofrece en forma de mercancías, de servicios. Es el paraíso alcanzable, visible, percible por los sentidos, ya no es un paraíso imaginario, además mucha gente lo alcanza y vive en él.

Los individuos de las sociedades periféricas lo ven, las mercancías que ven se lo muestran con claridad. La revolución consiste en entrar a ese paraíso.

La ostentación que muestran colectivamente las llamadas clases medias de los países del centro es el reclamo y la demostración de que el paraíso existe para mucha gente.

Las clases medias son las que dan estabilidad al sistema, tanto social como económica. Su aspiración es la de progresar dentro del sistema, dentro del paraíso consumista, no es otra.

De alguna forma todo eso tiene algo que ver con ideas y descripciones de lo que se ha dado en llamar sociedad postmoderna, no es más que la sociedad descrita y explicada de varias formas y en lo referente al consumo, al consumismo dicen los que describen estas sociedades: "...la sociedad del consumidor, donde todo es un show, un espectáculo, y lo único que cuenta es la imagen pública"⁷⁹. Se refiere al rol, al estar, por medio del consumismo.

⁷⁹ D. Lyon. *Postmodernidad*. (p. 14)

Los términos que acuñan los pensadores y describidos de la, por ellos, llamada postmodernidad, tratan de definir y explicar la sociedad, hablan de “metarrelatos”, de “hiperrealidad”, de incredulidad ante algunas ideas,... lo que transmiten es la percepción de una sociedad que se ciñe a lo tangible, esto es contradictorio con el esquizoide término de realidad virtual, pero sólo en apariencia, pues también la huida está instalada en nuestra sociedad.

En realidad es el consumo desaforado que compensa, en lo posible, la pérdida de las antiguas creencias vacías y de las ideas también antiguas, de ciertos dogmas o de la moral religiosa. El consumismo es impulsado por las necesidades del sistema que algunos llaman neoliberal, pero es de capitalismo con tendencia a ser monopolista, esto tiene importancia recordarlo dado lo que impulsa a la sociedad.

Las mercancías son fundamentales en el mundo postmoderno, pero un análisis diferente lleva a entender que tras el uso de las mercancías en esta sociedad postmoderna hay una situación más compleja que tiene relación con alguna clase de poder y con nuevas formas de ostentación.

La ostentación ya no es sólo de clases sociales determinadas, sino colectiva, de sociedades enteras, las del centro del sistema, las de la postmodernidad frente a la inmensa periferia. La conciencia adquirida y asumida es la de la sociedad superior frente a la de la periferia, frente a los que colectivamente explotamos.

En ningún momento debe perderse de vista que tras toda mercancía hay trabajo de alguien, por lo mismo, tras la ostentación lo que se muestra abiertamente es dominio directo sobre las vidas de muchos escondidas bajo la forma de las mercancías.

6 – LAS MERCANCÍAS TIENEN ENTIDAD POLÍTICA

Las mercancías desempeñan un papel de primer orden en la transmisión de ideología y de valores morales. Entre las funciones que realizan las mercancías está la de ser medios de información y difusión y, cosa rara en nuestra sociedad, de comunicación, pues nos hacen partícipes de lo que otros tienen, nos informan de aspectos del mundo y nos transmiten valores morales e ideología.

Las descripciones y explicaciones de la, varias veces citada, sociedad postmoderna la definen de varias formas, en una de ellas destaca la “incredulidad con respecto a los metarrelatos”⁸⁰, que es una forma de expresar rasgos como el subjetivismo, el escepticismo, el pragmatismo o el dogmatismo⁸¹, aunque esto no lo explicitan estos pensadores, pero es un rasgo claro. Esto afecta al estado y a la concepción de la cultura tras los cambios de las reglas de juego de la ciencia o la literatura o las artes, pero es también otra forma de estructurarse la sociedad. Todo esto se revela, a veces, en cambios de lenguaje, en convertir en centro de la vida y del mundo lo más próximo, en el individualismo, en el juego de las apariencias, etc.

En esta sociedad compleja y llamada postmoderna, la modernidad parece la prehistoria, el ayer es ayer u hoy, no hace 2, 5, 10, 20 o 50 años, eso apenas existe, salvo como motivo de fiesta, de conmemoración de algo, etc., que, además, en los casos de recuerdos de parte de la historia la conmemoración o los mismos recuerdos lo que hacen es tergiversarla una vez más.

En esa especie de atomización social, nuestro centro es lo próximo, lo de los países, regiones, ciudades, etc. Lo único que supone **un vehículo real de comunicación** casi universal **son las mercancías**.

⁸⁰ J. F. Lyotard. *La condición postmoderna*. Altaya. Barcelona 1.999 (p 10)

⁸¹ Los conceptos de estas formas de entender o conocer el individuo los tomo de Hessen, dice que: el subjetivismo limita la validez de la verdad al sujeto que conoce y juzga; el escepticismo cree que el sujeto no puede aprehender el objeto, el que sea y se abstiene de juzgar al no ver el objeto, tan sólo se fija en el sujeto; el pragmatismo entiende que verdadero significa útil, valioso, fomentador de la vida, la verdad está en la concordancia de los pensamientos con los fines prácticos del hombre; el dogmatismo parte de una confianza en la razón humana todavía no debilitada por ninguna duda, los objetos nos son dados en su corporeidad prescindiendo de la función del pensamiento, surgen diferentes formas de dogmatismo: teórico, ético y religioso. Ver: J. Hessen. *Teoría...* (pp. 68-69. 70-75 y 79)

Algunos pensadores o describidores de la postmodernidad creen superado el mundo de las mercancías, pero yendo a los hechos resulta claro que no es así, lo que ha cambiado son las formas y los lugares de producción de nuestras mercancías.

En la confusión del pensamiento se llega a hablar de sociedad postindustrial y de cosas parecidas, eso no es así. Es cierto que parte de la producción, parte de la industrial y manufacturera, se deslocaliza en mayor grado a cada momento, pero en una economía mundializada, con la producción en cualquier lugar para que las mercancías lleguen a todos los lugares, con el capital que no tiene barreras, la sociedad debe considerarse también mundializada, es la sociedad global. Pero eso no se ve porque los mismos pensadores están totalmente inmersos en su mundo, o asusta al ver y tener que considerar en nuestro primer mundo lo que nosotros hacemos en todos los mundos, porque ver eso, si todavía queda un mínimo de sensibilidad social y hacia los otros, nos causaría pavor y horror de nosotros mismos.

En una situación de capital monopolista, en la mundialización, las mercancías que saltan las barreras de nuestro individualismo, de nuestros mundos reducidos,... son las mismas en todos los lugares. Basta con ver las marcas de coches, artículos deportivos, alimenticios, ordenadores, teléfonos móviles, prendas de vestir, gasolinas, cadenas de distribución, etc. y aparece un mundo homogéneo y uniforme, de pensamiento único desde las mercancías que son nuestro nexo de unión en la mundialización del capitalismo. Las mercancías se convierten en el medio de comunicación global, es decir, de participación de algo en la mundialización. Los lugares de viaje, de turismo... en el caso del Occidente económicamente desarrollado son lo mismo.

Si una de las particularidades de la sociedad actual es el individualismo y la reducción de nuestro mundo vital al más próximo – no hace falta más que recordar los independentismos, regionalismos, recuperación de lugares o tradiciones minoritarias y exclusivas, etc. y sobre esto se establecen derechos exclusivos frente al resto del mundo, se ponen barreras – la homogeneización por medio de las mercancías elimina las barreras, las fronteras, los idiomas o las especificidades locales, a veces ridículas.

Esta virtud colectiva de trascender fronteras, localismos,... emana de la “superpatria” común a todos, la del capital monopolista. Babel y Pentecostés. Babel es la sociedad próxima, la que no quiere saber nada de los distintos porque les teme y porque le da privilegios frente a esos distintos, la que se atomiza. Pentecostés, una lengua común, es la de las mercancías, pero sobre todo la de las marcas hegemónicas a nivel mundial.

La construcción de esta hegemonía es imparable. Un ejemplo, la imposición del euro de forma no democrática en la mayoría de los países europeos que lo tienen como moneda y, además, impuesto contra cierta lógica económica; se sabe que los principales beneficiados son las grandes empresas. No debe olvidarse qué es el dinero, es la mercancía homogeneizadora del trabajo, pues todo tiene el mismo valor aunque no el mismo precio, es la mercancía que, tal como se ha ideado el euro, más facilita la construcción del capitalismo monopolista.

Las mercancías se convierten en el vehículo de contacto entre todos los individuos de la nueva sociedad que a su vez es, en parte, fruto de las mercancías.

La supremacía de las mercancías en el mundo actual del centro del sistema supone pasar de la sociedad de la producción a la del consumo, de lo tradicional a lo nuevo, pues la producción social la realizan, en gran parte, nuestros explotados de la periferia, para esto somos sociedades distintas. Esta nueva dinámica contribuye a romper lo antiguo, lo de hace 10, 30 o 40 años tan sólo y contribuye a gestar lo que creemos y llamamos nuevo, que no lo es en el fondo pero sí en las formas. Esta dinámica nos conduce a confundir las formas con la esencia.

Se produce la sustitución de los valores nominales, de la moral nominal, pues esa moral o esos valores antiguos carecían de arraigo sólido al ser normas o valores sin claridad ni fundamentos explicados porque procedían, con frecuencia, de la arbitrariedad de los intérpretes de las voluntades divinas, procedían de intereses turbios fomentadores de la irracionalidad social. Ahora nos conducimos por otra clase de irracionalidad.

A esto algo han contribuido las mercancías como vehículos de información y la misma información como otra mercancía condicionada, ahora en régimen de cuasi-monopolio informativo, es decir, homogeneizador e inductor de corrientes de opinión interesadas; a esto coadyuvan los gobiernos como gestores del sistema, dando cobertura legal a esos monopolios, lo mismo que a otros.

De lo que **las mercancías informan** es de la ideología única, de **la ideología desideologizada**.

Si el sistema se construye y organiza de acuerdo con el modo de producir las mercancías, en este momento se afianza y consolida con el modo de consumir.

La ideología, la ideología desideologizada surge de esto. No es, para los que siguen pensando en términos derecha-izquierda, la ideología asociada a la derecha tradicional, es la ideología asociada a la derecha única, aunque en todos los lugares una parte de ella

se autodenomina izquierda, ésta se adjetiva para diferenciarse y en el mercado de la política, de la mercancía-política, mostrar atributos reales o imaginados, pero sin cuestionar jamás el sistema.

Nadie cuestiona el fondo del sistema, injusto a todas luces, eso está mal visto política, social y hasta casi intelectualmente, aunque una pequeña parte de la intelectualidad vuelve a elucubrar sobre Marx y el marxismo, pero la intelectualidad forma parte del sistema y tiene una función en el mismo.

La ideología que se transmite, en ello las mercancías son un vehículo importante, tiene otros componentes sociales. Si la ideología está formada en la sociedad por las ideas fundamentales que caracterizan el pensamiento de la colectividad o incluso de los partidos políticos, hoy va por detrás de los hechos, de la actuación de la sociedad. No hay que olvidar que una de las características de nuestra sociedad es el pragmatismo. A los políticos la gente les exige soluciones a problemas determinados, nada más.

La ideología tiene mucho de utilitaria, es la de las mercancías, especialmente en el lado del consumo, pues la que podría derivarse del modo de producción, donde se evidencian las relaciones sociales, la hemos alejado del centro del sistema, o cuando aparece la hemos reducido a situaciones, reales o tergiversadas, no turbadoras.

En la sociedad del vacío, como algunos pensadores la califican, del hedonismo, del individualismo, de la insolidaridad, etc. las ideas aparentes de la sociedad son las que proceden de lo visto al explicar nuestro consumismo. La sociedad se estructura en infinitos derechos individuales sin contrapartida en un mundo que la gente llama globalizado, y lo es desde las mercancías.

La incitación, la exigencia del consumo de una determinada mercancía y marca ofrece el mayor gozo, placer, disfrute y sitúa, al mismo tiempo, a quienes consumen esas mercancías en un estatus social, en la clase a la que deben pertenecer o pretenden pertenecer. Se asciende de clase social por medio del consumo de marcas y se disfruta. Las mercancías también establecen, en el rol que juega la gente por medio de ellas, el mantenimiento de clases sociales.

Eso es algo de lo que transmiten las mercancías.

Los mensajes publicitarios apenas informan de la mercancía que quieren mostrar, la publicidad misma es una mercancía más. Los mensajes son los que corresponden a la sociedad postmoderna y a la siguiente o los del delirio. Debajo de esos mensajes hay directamente ideas sociales y políticas, con frecuencia son disparatados, con mensajes

de fascismo puro, de continuación de la transgresión en la fiesta que se ha visto antes, de hedonismo, de individualismo extremo, de confusión del lenguaje y limitación del mundo que muestran por medio del mismo lenguaje, de lo correcto social y políticamente, de amoralidad social, etc.

Algunos ejemplos de distintos momentos de publicidad pueden dar una idea, aunque los ejemplos son toda la publicidad desde hace tiempo, tan sólo son unos muy pocos ejemplos de anuncios de televisión. Así: En las etiquetas de las mercancías de una conocida marca alimenticia aparecen, desde hace años, esclavos negros – no pueden ser más que negros – transportando el cacao para nuestra alimentación, como es natural la sociedad bienpensante nunca ha dicho nada. El Requiem de Mozart es la música de un anuncio en el que se muestra cómo un individuo engañado por su pareja ve por el ojo de la cerradura de una puerta, se supone que a su pareja, hacer el amor, realmente sexo puro, con otro individuo que usa la mercancía anunciada, colonia para hombres o masaje de afeitarse. El gozo ante el adulterio y no ser pillado por el marido engañado, en varios anuncios. El final de la música de Hair, Let the sunshine in, para anunciar la salida a bolsa de una empresa estatal que se privatiza, aparente paradoja, que no lo es si se tiene en cuenta que el sistema convierte todo en mercancía, en ícono-mercancía o en ídolo-mercancía, pues cambia su valor simbólico y convierte, por ejemplo, la imagen de Che Guevara en adorno estampado en las camisetas, o bien vende las guerras, algunas, las que se espera tengan audiencias masivas, como mercancía televisiva o de internet, etc. o visitas turísticas a pretendidas revoluciones. El Requiem Alemán de Brahms para mostrar el éxtasis que produce el misticismo derivado del consumo de fútbol ofrecido por las plataformas digitales. El aria: O mio babbino caro, de Gianni Schicchi, de Puccini para anunciar una empresa de petróleo, gasolinas, etc. lo que cuenta esta aria es el ruego de Lauretta a su padre para que ayude a los parientes desheredados, sabiendo que si la familia consigue lo que desea, ella podrá casarse con su amado Rinuccio. El recuerdo de la I Guerra tomado de imágenes inspiradas en la película Senderos de Gloria, de S. Kubrik, para mostrar un soldado al otro lado de la trinchera y tras una explosión que lo mata aparece la sonrisa de su superior que le ha dado la orden de salir, pues así se queda con un reloj de una marca determinada; tuvieron el detalle de retirar dicho anuncio el día que empezó la última guerra de Irak. En medio de este delirio de anuncios, el de una ONG muestra miserias para vender mercancía caridad y recaudar dinero. Sin interrupción siguen anuncios de colonias o desodorantes que aseguran muy seriamente

la consecución del éxito en la búsqueda desaforada de sexo. Y así hasta todos los anuncios.

Machaconamente se insiste, y las mercancías, sobre todo algunas marcas, se convierten en mitos según su publicidad, una vez más el lenguaje influye, pero el mito es una ficción alegórica especialmente en materia religiosa. El mito inventado de la nada y sobre nada, efímero, adquiere un carácter de religión sin misterio remoto, el misterio es tangible y consumible, aunque sea en la esquizoide realidad virtual o en la imagen próxima-incesible. Los individuos-mercancías son convertidos en mitos, es gente habilidosa dando patadas a un balón, que tiene buena musculatura, que pedalea bien, gente que desarrolla cierto tipo de música, directores de orquesta, cantantes de lo que sea, de ópera, de rumbas o de hip-hop, gente de la que llaman famosos. Mercancías a las que llaman mitos, símbolos, ídolos o realidades asociadas a algo aceptado y deseado por parte de la sociedad.

Necesitamos vincularnos por las marcas, por las mercancías en lo más grande, las producidas por la gran empresa que también nos acoge y da seguridad a todos al consumir su marca. Es el capital monopolista que nos seduce con el brillo de sus mercancías.

Si el capital procede de la producción de mercancías, el capital monopolista significa la gran empresa en la producción, poderosa, nos da seguridad al producir y consumir sus mercancías, incluso podemos acercarnos más a ese inmenso poder si convertimos nuestros ahorros en capital de esas empresas. Es el éxtasis definitivo, somos gran capital.

La ideología se ha impuesto, la ideología única que corresponde al monopolio, nuestra mentalidad es la de agradecer a la gran empresa sus mercancías, nuestra mentalidad es la de estar satisfechos con una ideología política única, aunque tengan distintos nombres. A un capitalismo monopolista le corresponde el monopolio en la política. La ideología que se ha impuesto no sabemos cuál es, pero es nuestra ideología.

La ideología se convierte en única, es la lógica del capitalismo monopolista, el monopolio ideológico. De él se admiten las pequeñas ideologías de cada uno, no para explicarse el mundo, sino para justificar lo injustificable. La ideología sin sociedad, la ideología desideologizada.

La ideología se convierte en: utilitarismo, tecnicismo, hedonismo, cientifismo, consumismo o amoralidad social al no discernir el bien del mal, no en sentido religioso,

eso es arcaico, sino en sentido social, lo que permite que el mal que nosotros continuamente provocamos desaparezca de nuestra sociedad de derechos por medio de leyes, que son sociales y eliminan, por lo mismo, la responsabilidad individual, o el mal desaparece en lo que los psicólogos llaman “dilución de la responsabilidad”.

Se sigue transmitiendo la ideología vacía de sociedad, lo propician las mercancías, el consumismo. Las innovaciones acaban de impulsar el consumismo y le dan otro sentido a algunas cosas. Las últimas o penúltimas clases de mercancías, porque cada día aparecen las últimas, las que han aparecido son un ejemplo, las mercancías virtuales, de la imagen intangible, la aventura ficticia y controlada, la posible conexión distante con otros y el juego, los juegos siempre cargados de mensajes directos o sutiles, mensajes de violencia, de depredación, de salvar al mundo, de buenos y malos, de deportes con sus ídolos próximos-inaccesibles, de la esquizoide realidad virtual, los ídolos reconocibles pero virtuales,...

Es la ideología de la desazón, de la desactivación, porque, como dicen los sociólogos, la televisión, la imagen es cool.

Ídolos transmisores de parte del mensaje inane, vano, fútil. Los de las noticias llaman a eso ídolos. Ídolo: “imagen de una deidad, adorada como si fuera la divinidad misma”, en sentido figurado: “persona o cosa excesivamente amada o admirada”. Ídolos que muchas veces son analfabetos funcionales, pero ganan enormes cantidades de dinero, se les regala trabajo social en abundancia, eso hace que crezca la idolatría. Son “dioscillos” de duración efímera, ni aun siquiera vemos que no son eternos, pero aparecen otros.

Los ídolos mismos son mercancías, en cierto modo, de altísimo precio. Son ejemplos a imitar, pues nos enseñan el camino desde la ideología imperante, los objetivos supremos: ideales, fama, dinero. Ideales vacíos, la sustitución de la inmortalidad del alma, el trabajo social como regalo, y, nosotros vivimos todo eso en ellos sin vivirlo en nosotros, y lo aceptamos.

Sobre todo la fama, en la angustia sirve, es lo que sustituye a la anticuada creencia en la inmortalidad del alma que es una idea arcaica, pues la ciencia dice que no la puede ver, medir, fotografiar y los de la mercancía-información no pueden hacer un reportaje para vender. La ciencia sigue siendo lo importante para resolver nuestros problemas: alargar la vida, en el futuro logrará la inmortalidad visible y tangible, permite elegir hijos a medida, a voluntad en sus características como el sexo, mide el universo, etc. Todo eso

nos cuentan con frecuencia. Pero ya apenas creemos en la ciencia, es otra característica postmoderna.

La ciencia misma es otra mercancía, su aceptación depende de la utilidad que nos proporciona de manera inmediata, pues nuestra sociedad también es de la inmediatez, así, los que no tienen dinero suficiente acceden a las mercancías mediante créditos para la casa, el coche, las vacaciones,... nos prestan en forma de mercancía dinero nuestro trabajo futuro, el de los próximos 5, 10 o 30 años; se cambia parte de la vida futura para disfrutar o poseer ahora, ya. La sociedad se ha organizado así.

Las constantes innovaciones, fundamentales para el sistema, nos impulsan, fuerzan y obligan al consumismo; lo nuevo, no quedar desfasados, descolgados del resto de la única forma posible, la de las mercancías.

Esa es la verdadera ideología. ¿Cuál es el pensamiento de la colectividad?. ¿Qué ideología tiene?. No está claro.

Los que se encargan de ofrecer y estructurar la ideología en la sociedad, aunque no son los únicos, los partidos políticos buscan el poder, para alcanzarlo venden, ofrecen su mercancía, ellos mismos. Los profesionales del poder político, para su venta, utilizan las mismas técnicas que las empresas para vender sus mercancías: márketing, publicidad, imagen, investigación de mercados, promoción, diferentes atributos de las mercancías-profesionales del poder político, calidad de su oferta, presentación de la misma, etc.

El poder buscado es por el poder en sí, efímero en este caso. Su misión consiste en gestionar el sistema, no en cambiarlo, no al servicio de toda la sociedad. Ofrecen lo que creen piden sus votantes, en este momento miles de derechos y nulas obligaciones. Es una mercancía más, algo peculiar, pues para servir al sistema el intermediario es el voto en democracias meramente formales, pero el final es el mismo. Antes, en relación con todo esto, ya se ha recordado la frase acuñada: “la fiesta de la democracia”, la fiesta, ya se sabe qué sentido tiene en nuestro consumismo.

Esta forma de democracia, de política es una de las distintas maneras que se han producido en la transformación de la acumulación de capital. A una sociedad compleja le corresponden mecanismos complejos.

La reiteración del mensaje, realmente del estereotipo, del eslogan no del mensaje, hace mella en nuestras débiles mentes y delegamos en los expertos de todas las clases, en primer lugar en los profesionales del poder político, ellos se encargan de todo.

Un ejemplo de cómo se forma la ideología ya desde el sistema educativo puede verse en que no se concibe para el saber o para el conocimiento real, aunque está de moda llamar sabio a cualquier técnico o experto de cierto nivel. Desaparecen del sistema educativo las llamadas humanidades, pasadas de moda, se eliminan de los programas y el sistema educativo se plantea para la producción, para el consumo y para los derechos individuales sin obligaciones. Se acaba de desmovilizar el futuro. A veces alguien tiene cierta lucidez amarga y clama: “trabaja, consume, muere”⁸²

En esto está la transmisión de la ideología actual por medio del consumismo, se trata de las sociedades desarrolladas económicamente o que creen serlo; las sociedades de la llamada, por algunos, sociedad postindustrial, lo que es un tanto inexacto, es otra falacia del control ideológico, antes se ha insinuado que no es así; se trata de la psotmodernidad.

El delirio consumista inducido y aceptado sin esfuerzo es lo que ofrece y lo que, al final, impone.

⁸² Esta expresión está tomada literalmente de una pintada que vi en la puerta de un retrete de la EUEE de Huesca, de la Universidad de Zaragoza. Fue en el año 2.002

7 – MERCANCÍAS Y PODER

El consumismo occidental es también manifestación de poder de diferentes clases y niveles. Poder entendido como dominio ejercido sobre personas y sobre la naturaleza. Poder individual, de clase y colectivo como sociedad entera.

El ejercicio del poder en el sistema capitalista se muestra de diferentes formas desde el punto de vista de la producción y del consumo.

Ya se ha visto algo del poder ejercido desde el lado de la producción al hablar de la realidad del hombre considerado como simple mercancía, del poder directo sobre las vidas y las condiciones de vida de gran parte de la sociedad, de las formas de producir las mercancías con derechos o sin derechos para quienes trabajan (esto se analiza en el Anexo I), y otras muchas formas que no pueden verse, pues estas páginas se centran en el consumismo.

Supóngase que durante un instante se produce en arrebató de lucidez en el hombre y en la sociedad, y actúan con justicia y equidad en la acción del consumo y también de la producción, que el individuo dispusiera de la totalidad del producto de su propio trabajo y lo que se deriva.

En los intercambios, en las transacciones se cambiaría tan sólo una cantidad de trabajo en forma de mercancías, la que fuese, por otra cantidad de trabajo equivalente en forma de otra mercancía, por lo tanto, al consumir, al satisfacer las necesidades reales sucedería lo mismo al no existir la plusvalía apropiada por alguien, con lo que el precio de las mercancías sería justo, correspondería exactamente al trabajo que incorporan. Como es natural en este supuesto de lucidez imposible hay otros problemas que no se tienen en cuenta como la consideración que debe tener cada clase de trabajo, la homogeneización real del mismo, la forma de lograrla, la acumulación del capital necesario para producir, etc.

Lo que sucedería, además de otras muchas cosas, sería que el consumismo carecería de sentido y las necesidades serían satisfechas con normalidad, lo que no significa que no se podrían dar en las sociedades formas diversas, innovaciones, etc. pues los estímulos no necesariamente han de ser económicos; las grandes obras de la humanidad no han

surgido del afán de lucro de quienes han realizado las aportaciones más asombrosas, las motivaciones han sido otras.

Que en los intercambios no hubiese un beneficio adicional para nadie no significa que los estímulos para poseer o acumular mercancías no existan, pero lo de “las sutilezas metafísicas y resabios teológicos” no podría darse al ser claros y justos los intercambios, es decir, racionales y los estímulos a la depredación no tendrían razón de ser, lo mismo que esa especie de canibalismo refinado que subyace en lo explicado antes acerca del sacrificio y la fiesta que se dan en el consumismo.

Pero las cosas son muy diferentes.

Desde el momento que en la producción de mercancías la empresa paga menos de lo que recibe por la compra de la mercancía fuerza de trabajo y, por consiguiente, se apropia de unas horas, unos días,... de un trozo de la vida del trabajador ejerce poder sobre esa vida, aunque la apropiación sea legal. Lo mismo sucede con la arbitrariedad que le permite decidir quién trabaja y quién no, quién vive con dignidad y quién es excluido de la sociedad. La empresa tiene un dominio claro, directo y arbitrario sobre las vidas de los individuos.

El poder se ejerce ya en el origen de las mercancías, llevan en ellas, en las relaciones sociales que encubren porque no nos interesa verlas, dominio, poder, por tanto, falta de libertad, en su esencia no están producidas desde la libertad del individuo sino desde lo contrario, y, eso es lo que transmiten, lo que son.

Los grados de poder de los individuos el sistema los estructura de varias formas, una de ellas es la arbitrariedad con que se maneja a los hombres en el mercado de la fuerza de trabajo, tal como se ha indicado antes.

Al no estar el trabajo homogeneizado en sí mismo como trabajo en sí, las diferencias de salarios son, debidas a la arbitrariedad del mercado de la fuerza de trabajo, abismales entre distintas clases de trabajos y de trabajadores. Aquellos a los que graciosamente se les otorgan mayores salarios alcanzan mayor capacidad de consumo. Al consumir ayudan a la empresa a realizar su plusvalía y su mismo acto de consumo se convierte, en estas circunstancias, en un ejercicio de poder sobre las vidas de aquellos a quienes la sociedad ha decidido, no se sabe por qué razón “racional”, valorar en menos. Es, en definitiva, una manifestación de poder. El consumismo es así una manifestación de poder sobre vidas de otros.

Lo que realmente muestra la ostentación por medio del consumismo es poder sobre los que están situados en las escalas sociales inferiores.

De esta forma la libertad social real deja de existir, no por medio del ejercicio del monopolio de la violencia legal que detentan los estados, sino por medio de la organización social inherente al modo de producción capitalista que necesita el consumismo. En el engaño se sustituye la libertad social real por la libertad de elegir entre mercancías de todas las clases, incluida la mercancía profesional del poder político, pero esta libertad es a costa de las libertades de otros que encubren las mercancías y desde la obligación de consumir una mercancía u otra, pero siempre de consumir, salvo quienes se abstengan de consumir lo superfluo o incluso de votar-consumir la mercancía correspondiente. Esto lleva aparentemente a cierta abulia o indiferencia, pero depende de la conciencia individual y social que se tenga, de la capacidad de rebeldía, entendida como un no a algo y un sí, por ejemplo, a buscar la verdadera justicia o la libertad,...

Cuando nuestro consumismo es de lo producido en países sin derechos que regulen mínimamente el trabajo, que es la inmensa mayoría de la periferia, la apropiación es mayor, el poder ejercido es mayor y más despótico. En esta situación tal vez pueda verse con más claridad el ejercicio del dominio por medio del consumismo, pues las plusvalías arrancadas a millones de hombres con escasos o nulos derechos que llegan hasta la esclavitud real y verdadera, sobre todo de millones de niños, se concretan en los precios de las mercancías producidos en estas condiciones. Estas plusvalías se reparten directamente entre las empresas, conocidas y valoradas sobremanera por nuestra sociedad, y los consumidores de los países del centro.

Dadas las características de esta forma de producir, se trata de un “neomanchestarianismo”, que como todo lo “neo” es más duro que lo original, la producción es masiva. Dado lo enraizado que está el consumismo entre nosotros en todas sus manifestaciones: marcas, nuevos productos,... el poder lo ejercen necesariamente las sociedades del centro como tales sociedades, ya no de forma individual. Este poder se ejerce de manera consciente, pues se conocen las formas de producir pero no se hace casi nada por evitar este modo de funcionar.

Para conseguir un dominio tan claro debe tenerse en cuenta que la técnica, los avances, los medios coactivos, los medios de difusión, la moral que se impone, etc. son

originarios y dominados por el centro del sistema, el Occidente económicamente desarrollado y consumista.

Las consecuencias del ejercicio de este poder son de una brutalidad jamás conocida en la historia de la humanidad

Aquí no puedo evitar recordar algo que ya he explicado en otro momento, me refiero a lo que comparo con el Gulag soviético que hoy existe mucho más masivamente en nuestro mundo, de ese gulag nosotros somos, para nuestro consumismo, directamente responsables, pues ejercemos nuestro poder como sociedades.

Al principio de su obra *Archipiélago Gulag*, Solzhenitsyn lo describe así: “Un archipiélago de cotos cerrados, incrustado como una tabla policroma dentro de otro país, impregnando sus ciudades, flotando sobre sus calles. A pesar de ello, quienes no formaban parte de él no podían advertir su presencia. Y si bien eran bastantes los que tenían de él aunque fuera una vaga referencia, sólo lo conocían bien quienes lo habían visitado. No obstante, cual si hubieran perdido el habla en las islas del Archipiélago, estos guardan silencio”⁸³.

Algo similar a eso tenemos organizado en la mundialización de la producción, así: millones de niños esclavos en un comercio floreciente, para producir nuestras mercancías; docenas de millones de niños dedicados al trabajo, para producir nuestras mercancías; cientos de niños procedentes de raids diarios para asesinarlos y vender sus órganos, es decir, mercancías, para nuestros niños; cientos de millones de mujeres trabajando sin derechos por un precio 20 o 30 veces inferior al que se paga en el centro del sistema; cientos de miles de mujeres y niños obligados a prostituirse para solaz de nuestros aburridos turistas, etc. Expolio de materias primas, el precio se pone en Occidente. Hambrunas provocadas indirectamente, miserias en millones de personas y un sinfín de disparates para que nosotros tengamos mercancías abundantes para satisfacer nuestro necesario y compulsivo consumismo. Los disparates son tan masivos y descomunales que ni aun siquiera nos molestamos en conocerlos, nuestro derecho al consumismo es superior a todo.

Los medios que empleamos los occidentales son de gran fuerza y eficacia como muestran los resultados.

⁸³ A. Solzhenitsyn. *Archipiélago Gulag. Vol I*. MDS Books/Mediasat. Madrid. 2.002. (p. 14)

Las innovaciones, avances técnicos y demás son, a su vez, mercancías de las que nos servimos para ejercer el poder sobre la inmensa periferia y poder acumular más capital por medio de nuestro consumismo. En realidad los medios equivalen al capital, a una parte del mismo pues son instrumentos para producir mercancías, aunque en algunos casos sean instrumentos indirectos, pero están al servicio directo de la acumulación de capital, de la acumulación de más poder.

Si se tiene en cuenta, además, que el capitalismo actual es monopolista – los teóricos de la economía dirán, con los instrumentos del análisis económico ortodoxo, que a lo sumo puede parecerse la situación al oligopolio o que se da una situación de fuerte competencia monopolística. En puridad puede ser así, pero la creciente concentración empresarial en todos los sectores y el extraordinario aumento de capital en las grandes empresas, así como otros factores, permiten considerar que conceptualmente la situación y la tendencia confirmada es de capitalismo monopolista – significa que se está produciendo una gran concentración de poder del que una parte de la sociedad participa en forma de beneficios directos y de propiedad de ese capital por medio de las sociedades por acciones, así como por las mercancías abundantes que estimulan nuestro consumismo necesario para el sistema.

La virtud de esta situación es la del asentamiento de esa mentalidad en un mundo en el que unos pocos tienen hegemonía. La mentalidad social de monopolio hace aceptar sin dudar el sistema único existente.

El monopolio está ya asentado en nuestras mentes, aunque, al mismo tiempo, se da la atomización social, pero lo que cohesiona a la sociedad global son las mercancías, ya se ha visto antes, que se difunden desde las grandes empresas con vocación de monopolio y en lucha con otras por alcanzarlo.

El “superpoder” llega a todos los rincones por medio de la “superpatria” de las mercancías comunes. Al mismo tiempo es como si el verdadero poder, que necesita nuestro consumismo para aumentar, delegase una parte del mismo en nosotros los consumidores para participar de alguna clase de poder, el social ejercido sobre otras sociedades, el de la ostentación, etc., en esa participación incluye las bendiciones que otorga el dios visto antes y nos sitúa en el paraíso consumista.

Para aligerar un poco la presión social se impone la falacia de que el mercado regula todo nuestro consumo de mercancías de forma natural, que esta clase de mercado está en la esencia de la sociedad; pero las transacciones están reguladas por normas y leyes,

y en algunos mercados además, como en el caso de los mercados de fuerza de trabajo, la oferta de trabajo es cautiva de la demanda.

Pocos discuten la forma de funcionar los distintos mercados, aunque voces autorizadas, como la de Stiglitz, hablan del “fundamentalismo del mercado” establecido como dogma desde los organismos supranacionales. El dogma no se discute, no se duda de él, por lo que permite establecer el marco adecuado para ejercer el poder global. En eso subyace el derecho incuestionado del capital como mercancía suprema que es.

La mundialización, la llamada globalización es una idea que ha calado en la sociedad y se admite mayoritariamente, pero tras ella está el expolio directo. La mundialización incrementa el consumismo en las sociedades ya consumistas, es el poder convertido en derecho.

Si en las mercancías se explicitan relaciones de poder por parte de los individuos, **en las mercancías de la globalización se plasma el poder de unas sociedades** como tales frente al resto del mundo. Se plasma el poder por lo dicho al principio, por la naturaleza real y verdadera de las mercancías.

La sociedad consumista tiene varios mecanismos para mostrar y ejercer su poder sobre otros. La ostentación, recordada antes, lo es de poder sobre otros de clases inferiores mediante las mercancías. Las relaciones sociales que subyacen en la producción y en el consumismo son de poder. Las demás manifestaciones del consumismo son de poder, en la fiesta-sacrificio, en el utilitarismo burdo, en la degradación de la vida, en la entidad política de las mercancías. Es lo natural en un sistema cuya base es la injusticia y cuya mayor solidez se encuentra en la depredación.

Que esto a una parte de las sociedades del centro del sistema les resulte satisfactorio por lo que les da no significa que no sean reales esas manifestaciones de poder que se plasman en nuestro consumismo.

En toda manifestación de poder hay un atentado contra la libertad, ésta supone, entre otras cosas, que no puede haber ni dominadores ni dominados. Los dominadores se creen libres porque el ejercicio de su poder les proporciona privilegios a costa de aquellos a quienes dominan.

EPÍLOGO

El consumismo como fenómeno social actual evidencia, de alguna manera, aspectos de nuestra sociedad, movimientos profundos de la misma. Es discutible que en sí el consumismo sea dañino o beneficioso, la valoración depende de la idea, del concepto que se tenga del hombre, de cómo el hombre se vive a sí mismo y, en ello, de la conciencia social viva que origine el vivirse de una forma o de otra.

La aproximación hecha en estas páginas al hecho del consumismo muestra e insinúa algunas posibles explicaciones, supongo que hay otras que no he sido capaz de ver con la suficiente claridad, ni aun siquiera creo que las explicaciones aquí insinuadas puedan aceptarse como correctas por muchos. Lo que esta aproximación intenta mostrar es que debajo de hechos sociales determinados existen unas causas claras y otras causas más o menos ocultas, a veces, difusas, y que tienen unas consecuencias inmediatas o lejanas.

Distintos pensadores, como Lyotard, afirman que no hay soluciones salvadoras para la sociedad, no está claro. **El consumismo actual**, masificado desde hace tiempo, posiblemente sea la actual **solución colectiva salvadora**.

Las distintas soluciones colectivas salvadoras de los últimos siglos han tenido consecuencias masivamente trágicas, basta recordar los fascismos, entre los que el nacionalsocialismo alemán fue especialmente disparatado y abyecto; el leninismo-estalinismo con su desmesura en el asesinato y la represión; las dictaduras de distinto signo que siempre existen en algún lugar; los nacionalismos trágicos y crueles, etc. Estas soluciones salvadoras colectivas siempre se han sustentado en el terror y en atrocidades cometidas sobre millones de hombres.

Nuestra actual solución colectiva salvadora no se diferencia en crueldad de las otras y, como en esos casos, la población beneficiada por las soluciones colectivas ignora las atrocidades por ella cometidas para mantener la dinámica establecida, cierra los ojos o mira hacia otro lado. No nos diferenciamos en nada de lo anterior. Se ha recordado muy someramente el inmenso gulag mundial establecido por nuestro capitalismo, único sistema en la mundialización actual, que nosotros deliberadamente ignoramos y del que, en lo material, nos beneficiamos.

Nuestro consumismo masivo fortalece el sistema y nos otorga abundancia de mercancías. Es nuestro paraíso.

Algunas de las posibles explicaciones del consumismo se han insinuado, en todas ellas subyace un comportamiento ajeno a lo que creo es el hombre en su verdadera esencia, en esas explicaciones aparece la injusticia del sistema, la enfermedad de poder individual o colectivo, la angustia dulce e inconsciente que lleva a la huida, la fiesta permanente que en algunas formas aparenta un canibalismo refinado, lo veamos o no, y el hombre vuelve al primitivismo de las sociedades, quizá porque nunca lo hemos abandonado y ahora surge bajo formas distintas en lo aparente, el consumismo que nos paraliza en el camino ascendente de la vida y debilita y degrada al hombre como tal.

La dinámica social impuesta en la actualidad no se sabe qué dirección lleva. La percepción que el hombre tiene de sí mismo es estrecha, autolimitada, mecánica, casi de máquina con sentimientos confusos.

Este ocultarse el hombre sus “potencialidades divinas” supone confusión, cierto caos, una autorrepresión que por algún lado saldrá.

Nuestra sociedad cambia a gran velocidad, como lo hacen los avances técnicos y, a su vez, los impresionantes avances condicionan el cambio, pero en él no se vislumbra la dirección que toma la sociedad. La complejidad de nuestro mundo actual no somos capaces de comprenderla en toda su dimensión, esto es así porque no nos conocemos ni nos entendemos a nosotros mismos.

Si repasamos los problemas, las insatisfacciones sociales y las soluciones ofrecidas vemos que lo único que hacemos es huir sin rumbo y agrandar los problemas, rara vez resolverlos en sus causas reales y profundas; muchos de los problemas están larvados y son difíciles de ver.

Si en otras épocas los cambios sociales eran lentos, en la actual son muy rápidos, tanto como los cambios técnicos que tanta influencia tienen.

Los cambios sociales, siempre con el consumismo como trasfondo y con el capital como poder máximo, suponen cambios morales, así suele expresarse, pero más que cambios morales lo que hay es una diferente consideración del hombre según los distintos momentos y sociedades.

La forma de entender y del vivir social del hombre como simple mercancía nos condiciona definitivamente. Si el origen del capitalismo está, en sus aspectos formal y material, en las mercancías y alrededor del sistema se establece la organización social, condicionada por el modo de producción, el resultado es lo que tenemos: hombres-mercancía y hombres engullidores de mercancías, es decir, de vidas de otros.

La organización social se ha establecido para producir y para consumir, las demás potencialidades humanas apenas importan ni se tienen presentes en la vida de los individuos y en la vida social, y, cuando alguna de ellas se tiene en cuenta es para convertirla, sus manifestaciones, en distintas clases de mercancías: culturales, seudoreligiosas, de ocio,...

La organización social impone su dinámica, la de la masa, antes se ha recordado algo de su psicología, frente a la del individuo desde su ser consciente. El individuo tiene capacidad para ser, para razonar, para amar, para ser justo, para vivir en libertad, para imaginar, para generar,... sin embargo socialmente se impone lo contrario.

El discurso racional, si es que existe hoy, no tiene fuerza en la sociedad, el discurso desde el verdadero amor ni se concibe. Los mecanismos sociales ya se sabe a qué conducen. La coherencia individual es difícil, la social ni se piensa.

La crítica, en este caso, no creo que sea infundada, basta observar, ver, percibir desde otra concepción y percepción del hombre para entender el disparate social.

Desde hace algún tiempo van apareciendo síntomas y realidades de mayor ruptura social, lo que explican y describen algunos pensadores va en esa dirección, son hechos inducidos, en parte, y, aunque minoritarios se imponen muchas veces. Corrientes de opinión sin bases explicitadas, sin criterios, encorsetamientos sociales,...

Nuestra Europa refleja todo eso: distanciamiento claro entre los profesionales del poder político y sus votantes en las actuales democracias formales, confusión ante el fenómeno, cada vez más masivo, de la inmigración, dogmatismos impuestos por medio de las corrientes de opinión, falta de futuro claro ante no encontrar respuestas inmediatas ni saber buscarlas, derechos abundantes que nos aíslan frente a los distintos, ideología desideologizada, degradación de la propia vida en la concepción y en la manipulación de la misma sin saber a dónde nos lleva, o en lo que hacemos con las vidas de los millones de hombres de la periferia, hedonismo que nos hace fácilmente vulnerables desde lo espiritual, realmente desde lo no espiritual,...

¿Cuáles son las aspiraciones profundas del hombre actual?. Observemos y veremos hacia dónde nos dirigimos. No sabemos qué hacer con nuestras vidas porque no lo queremos ver, ni oír, ni dejar que la vida nos guíe en su evolución ascendente hacia la libertad, no queremos ver su luz; creo que San Juan dice al principio de su Evangelio que “la vida era la luz de los hombres”

ANEXO I

VISION CRITICA SOBRE LAS INNOVACIONES. LOS DERECHOS INDIVIDUALES.

Este trabajo, escrito hace pocos meses, se centra tan sólo en consecuencias del establecimiento o inexistencia de derechos de propiedad de la gente sobre algo que es suyo, su propio trabajo, más que eso, la totalidad de su propio trabajo, de manera especial, en lugares con escasos o nulos derechos. Esto tiene algo que ver con la innovación desde el momento en que las mejoras técnicas en diversos aspectos permiten utilizar nuevos y abundantísimos factores productivos (trabajo) a precios extraordinariamente bajos.

La institución del derecho, procedente de Roma, lo que hace es igualar la situación jurídica de todos los hombres libres. La simple observación del mundo nos permite saber que no sucede así. Ni hay igualdad jurídica, ni todos los hombres son libres. Aunque sabemos que es así, nosotros, la sociedad del Occidente desarrollado económicamente y hegemónico en la mundialización de todo, no hacemos nada por extender los derechos en lo que llamamos globalización.

Adam Smith, en el capítulo VIII del libro I de su célebre "La riqueza de las naciones", vio lo referido al trabajo con claridad: "pero aquel estado primitivo, en que el trabajador gozaba de todo el producto de su propio trabajo, no podía permanecer después de introducida la propiedad de la tierra y la acumulación de fondos".

En el sistema capitalista, legalmente, la gente no tiene ese derecho, el de ser propietaria de la totalidad de su propio trabajo. Una parte de lo que se detrae gratuitamente del trabajo de la gente vuelve a la sociedad, suele considerarse beneficioso para la misma, otra parte es tomada en propiedad, también de forma gratuita y legal por los capitalistas, por las empresas, en este caso para su disfrute exclusivo, también lo ve bien una parte de la sociedad; esto en los países más desarrollados económicamente. En los países en que los derechos son inexistentes o confusos o sin la posibilidad de que se hagan cumplir, el derecho al producto del propio trabajo es casi nulo para la mayoría de la gente y lo poco que les queda de su propio trabajo es muchísimo menos que en los países del centro del sistema.

Hay numerosos temas relacionados con lo que trata el trabajo que no pueden ni insinuarse, así: los problemas del subdesarrollo económico, la llamada globalización, que se produce tan solo en una dirección, la de vuelta, o el propio sistema capitalista, que aun habiéndose convertido en el único, no está exento de grandes y graves contradicciones. A un mundo globalizado, ¿no corresponderá una justicia, unos derechos en todos los individuos también globalizados?. Globalización, mundialización, entre otras cosas sugiere único, sin limitaciones, sin fronteras reales.

En el trabajo también aparecen temas que se dan por sentados, como es dar por buenas las diferencias de poder adquisitivo entre la gente de los distintos países debidas a diferentes niveles de desarrollo económico, cuando el origen de esas diferencias está en las características intrínsecas del sistema capitalista, depredador, refinado en algunos aspectos, tanto de la naturaleza como del propio hombre, con instituciones impuestas desde el centro del sistema, pero no asumidas, como es comprensible, por la periferia, pues su desarrollo social y cultural ha creado, a lo largo de los siglos, instituciones diferentes a las existentes en los países del centro dominante. Ese dominio del centro del sistema ha sido denunciado con frecuencia tanto desde la periferia como desde el centro, según los valores y modas imperantes. A cada época, a cada momento les corresponden distintos valores, quizá y desde el punto de vista de estos temas, hoy impera en la gente que crea opinión lo que Stiglitz, en su reciente "El malestar en la globalización", llama fundamentalismo del mercado y que como sabemos es una falacia que atiende a los intereses del capital monopolista en última instancia, y que por otra parte es una de las características del capitalismo actual.

En el breve análisis de costes que se realiza en estas páginas no se explica el desarrollo matemático, únicamente se habla de las conclusiones. El asunto matemático es tan solo un problema de máximos condicionados, en este caso de maximizar la producción condicionada a costes constantes procedentes de los factores productivos (trabajo) que existen en cantidades ilimitadas. La interpretación económica de esos desarrollos matemáticos viene a decir que según sean los rendimientos de los factores productivos será la productividad marginal la que marque la dirección, al partir, en este caso, de unos rendimientos constantes, dadas las características de esta clase de producción y de los correspondientes factores productivos, la productividad marginal también es constante y al ser el precio de los factores productivos (trabajo) muy bajos hace que el coste se mantenga constante también en valores muy bajos, esto será así mientras esos

factores sigan en precios tan extraordinariamente bajos ya que se encuentran, hoy, en cantidades ilimitadas y sin derechos de propiedad sobre su propio trabajo (el de la gente que trabaja en esas condiciones). Las consecuencias son claras.

Podría haberse planteado el análisis del problema en términos marxianos, pero la inadecuación inicial de Marx en la formulación y clarificación de la ley del valor, los problemas de precios, etc., resueltos años después por Bortkiewicz, hacían más difícil entender las cosas, además en la formación mayoritaria de la gente se suele ignorar cualquier aproximación a Marx. Partiendo del modelo neoclásico (es lo que se enseña) de competencia perfecta, tal como se hace, llega a entenderse el funcionamiento de esta forma de producir. La cuestión es que la teoría económica "ortodoxa" parte de lo que los antiguos economistas llamaban valor de uso de las mercancías, utilitarismo al final, y Marx parte del valor de cambio de los antiguos y allí encuentra las verdaderas relaciones sociales que existen en el modo de producción capitalista y, en consecuencia, es capaz de explicar la verdadera naturaleza de ese modo de producción.

En cuanto a los derechos individuales, las sociedades del centro del sistema son bastante exigentes para sí mismas (hasta se reclaman derechos para los animales), consecuencia de esas exigencias, que jamás cuestionan el sistema, o a causa de las mismas es que esas sociedades sólo se preocupan por sí mismas y de forma individual y no se plantean con seriedad que aquellos con quienes nos relacionamos tengan los mismos derechos que nosotros, los del centro del sistema, tan sólo son instrumentos para obtener más bienes.

La teoría "ortodoxa" parte en su análisis de la utilidad, nos dice que una vez satisfechas las necesidades básicas el individuo necesita consumir más, siempre está insatisfecho. La teoría parte de eso. Al final, consumir, poseer más mercancías.

Los bienes superfluos le proporcionan a la gente diferentes utilidades, satisfacciones, beneficios, uno de ellos es la ostentación, la situación social, el estatus, Veblen en su conocida "Teoría de la clase ociosa" lo explica con gran lucidez; en esa misma época, Weber en su obra "La ética protestante y el espíritu del capitalismo", dice al final: "Los bienes externos de este mundo lograron un poder creciente sobre los hombres y, al final, un poder irresistible, como no había sucedido antes entre los hombres". Pocos años antes, Marx en su teoría del fetichismo busca explicaciones al mismo hecho.

Analizar las clases de relaciones sociales que subyacen en las mercancías (no es el propósito de este trabajo), lleva a entender algo más de nuestra sociedad, del sistema

social y económico. Las mercancías en última instancia son trabajo, que es lo único que genera riqueza, el capital es la mercancía suprema. Tras las mercancías, su posesión, hay algo de poder también, poder y posesión de las vidas de otros. Veamos un par de ejemplos relacionados con lo que más adelante se explica: cuando tomamos cacao, de la forma que sea, ha pasado por las manos de niños esclavos, hoy, lo han recogido con sus manos, nos sale más barato, es vida real de niños esclavos lo que consumimos; una camisa, una camiseta, de una marca conocida. En cada puntada de hilo, que son iguales en cualquier lugar sea el precio que sea el que se pague, han dejado sus vidas realmente esas mujeres de Indonesia, China o Bangladesh, cobran alrededor de 25 veces menos de lo que cobrarían en Occidente, las puntadas de hilo son exactamente iguales. Han pasado esas camisetas física, real, directamente por sus manos, las han tocado, en cada puntada está su sangre, sus músculos, su aliento, su enorme sufrimiento, su humillación, su vejación, sus lágrimas. Cuando luego cubren, acarician nuestra piel, eso es lo que la cubre realmente, lo veamos o no. Puede parecer esto melodramático, dramático sentimental o como se quiera, pero es la rigurosa realidad.

Todo eso sucede cuando el intercambio es injusto, como sucede en el capitalismo. Intercambio en sentido amplio, pues lo característico del modo de producción capitalista, su especificidad, es considerar la fuerza de trabajo como una mercancía que se compra y se vende. Si lo que predomina en esa compra-venta es la injusticia, revestida de mercado libre, muy regulado por otra parte, como coartada, nos encontramos con lo que hoy tenemos.

Es un hecho que no sabemos encontrar soluciones para los problemas que existen en nuestra sociedad, a veces no los vemos, o los problemas que aquí se plantean consideramos que no son nuestros, pues al formar parte de una sociedad hegemónica en todo: poder militar, tecnológico o económico, somos colectivamente poderosos, aunque la sociedad esté fundamentada en la injusticia, no lo podemos ver, asumimos todo con naturalidad, es nuestro derecho, incluida la injusticia hacia los demás.

El sistema jamás podrá encontrar soluciones justas, pues, como se ha señalado, su fundamento es la injusticia. Los individuos que formamos el sistema en los distintos roles que jugamos creemos que poco podemos hacer para mejorarlo en bien de todos. En esos roles las influencias son de distinto peso. Un ejemplo, parte de los profesionales, de los que se dedican a las distintas disciplinas sociales, sostienen que la función de las mismas es tan solo analizar hechos sin valorarlos o sin preocuparse qué

los origina, un economista reconocido como Schumpeter, dice en su "Teoría del desenvolvimiento económico": "La actividad económica puede tener cualquier motivo, aun espiritual, pero su significado es siempre la satisfacción de necesidades", será el político quien plantee cambios. Una sociedad como la nuestra que valora a los hombres por sus atributos externos, en primer lugar la cantidad de riqueza (recordemos que lo único que produce riqueza es el trabajo), por los roles que juegan, hace difícil que los hombres se planteen ser hombres, nada más, somos nuestros atributos. En esta sociedad algunos de los que se dedican a las disciplinas sociales, en este caso, carecen de verdadera perspectiva y compromiso, Feyerabend los llama "funcionarios del pensamiento", se es sociólogo, economista o jurista. Corolario: la ley no es justa o injusta, es ley, sin más, está para que se cumpla.

En este trabajo tampoco puede entrarse en otros aspectos de la innovación, tan solo se enumeran unos muy pocos cuya utilización, origen o beneficiarios son más que cuestionables desde el punto de vista de beneficio o perjuicio social.

El trabajo es bastante incompleto y breve, las causas que lo motivaron tampoco permitían mucho más.

Lo que sigue es el primitivo trabajo:

Visión crítica sobre las innovaciones

Pocos dudan de la gran importancia que tienen las innovaciones para nuestra sociedad, ni de los beneficios que aportan, ni de las expectativas de futuro que crean. Precisamente por la trascendencia social y económica que tienen quizá sea de cierto interés analizar algunos de sus aspectos con una mirada un poco crítica.

Dada la brevedad de éste trabajo, tan sólo se pueden vislumbrar algunos de esos aspectos de las innovaciones tanto en los beneficios que producen como en las sombras que puedan mostrar; tanto los unos como las otras son relativos, pues dependen de los valores que se pongan de manifiesto al enfocar más que las innovaciones los modos en que se producen y las consecuencias de las mismas. Nosotros vamos a intentar analizar alguno de esos aspectos desde el punto de vista económico; no olvidemos que la economía se refiere a los hechos económicos, que son resultado de las conductas de los

hombres con trascendencia económica, pero no se refiere a los juicios de las conductas ni a las causas de las mismas.

Que las innovaciones aportan beneficios está claro: contribuyen al aumento de la renta, la aparición de productos nuevos o mejorados, que ya en sí mismos mejoran nuestras vidas, contribuye al crecimiento de los mercados y al aumento de la producción de forma continuada desde hace años. Las mejoras en la productividad atribuidas tanto a la mayor formación de la gente como a los avances técnicos son otra manifestación de lo mismo. Así, los modelos de crecimiento económico consideran estos aspectos, como por ejemplo el de Solow, cuyas comprobaciones empíricas le permitieron concluir que aunque lo basa en las tasas de ahorro y de aumento de la población, el incremento de la producción por hora de trabajo en USA en el período de estudio, se deben en un 80% al progreso técnico, lo que está estrechamente relacionado con la innovación. Algo parecido muestra la regla de Okun en lo que a la renta se refiere, pues muestra que el paro tan sólo empieza a disminuir a partir de un aumento determinado de la renta, lo que relaciona con las mejoras en la productividad, que vuelve a ser lo mismo que en el caso anterior

A las empresas y a los individuos las innovaciones les ofrecen oportunidades al valorar la sociedad la creatividad. Como es natural deben darse además otros factores como recursos en numerosas ocasiones, una legislación que garantice los derechos de propiedad y garantías de cumplimiento, un entorno favorable, un marco institucional adecuado.

Tal como se plantean, las oportunidades se producen porque en alguna medida y por numerosas razones, el mundo de los bienes y servicios está abierto y los resultados, el enriquecimiento, son objetivos de las empresas y los individuos. Las posibilidades de enriquecimiento se estimulan al estructurarse derechos que se hacen cumplir, derechos sobre lo que cualquier persona puede idear; los derechos garantizan la propiedad de lo que se innova y la protección ante terceros, lo que permite la posibilidad de lograr el beneficio económico, que es lo que la sociedad considera en éste momento como el mayor estímulo para la innovación. Este estímulo, aceptado y apoyado socialmente, lo es en última instancia a la capacidad creativa de los individuos, que está en la génesis de las innovaciones. Hasta dónde puede llegar el desarrollo de ésa capacidad, cómo y para

qué es un tema diferente, pero en principio los límites de la imaginación creadora nadie los conoce.

Las innovaciones también contribuyen al cambio de las sociedades tanto en sus valores como en posibilidades de renovación, de metas, de relaciones, de sistemas, etc. Es innegable que los cambios de valores son complejos, que la moral, los valores son duales, es decir, individuales y sociales, que los imperantes son los sociales, pero la innovación, producto del cambio e impulsora del cambio al mismo tiempo, al ampliar las posibilidades de la clase que sean, técnicas, organizativas, de sistemas, contribuye a modificar nuestra forma de vivir y de morir, nuestra manera de ver las cosas, nuestros propios fines, nuestras relaciones sociales en definitiva.

Estos son algunos de los beneficios que nos proporcionan las innovaciones. No todo son luces, también muestran sombras, no las innovaciones en sí, sino la utilización y la forma de llevarlas a la práctica en algunos casos.

Para entender un poco mejor algunos aspectos cuestionables de maneras de utilizar las innovaciones en ocasiones, puede ser útil partir de alguna referencia clara y admitida. Como aquí una de las cosas que se cuestiona es la asignación eficiente de los recursos económicos, deberemos estar de acuerdo en qué se considera asignación eficiente. Un modelo económico que explica con claridad qué es eso es el modelo neoclásico de competencia perfecta. Recordemos que en éste modelo se alcanza el equilibrio de un bien en el mercado cuando su coste marginal y su ingreso marginal son iguales. Eso significa que el mercado por medio del precio valora ése bien en lo mismo que se destina a producir ésa unidad del bien. En éste punto existe un excedente del consumidor determinado. Sabemos también que en el mundo real es bastante difícil encontrar alguna situación de competencia perfecta. Lo que no esté en ésa situación posiblemente signifique que se da una asignación ineficiente de recursos.

Antes de empezar nuestro análisis nos será útil repasar algunos otros criterios de los utilizados.

Como vamos a tratar de empresas, vamos a diferenciar un poco ya que existen millones de empresas, en múltiples sectores, países y regiones, de diferentes tamaños y formas de propiedad, con sistemas productivos que van desde los que utilizan la más avanzada

tecnología hasta los que son artesanales, desde los que requieren gran cualificación a sus trabajadores hasta los que no exigen cualificación alguna. La mayoría de las empresas son pequeñas o medianas (en España, más del 95%) aunque las grandes son las que en algunos aspectos tienen mayor relevancia dados sus abundantes recursos económicos o la posibilidad de acceder a ellos y su poder real en el mercado. Esta diferenciación tiene importancia para el propósito de éste trabajo pues la base del análisis está en las empresas grandes ya que marcan la pauta al dominar los sectores en que funcionan y además utilizan la innovación como variable estratégica otorgándole importancia. Una idea de ésta importancia puede tenerse al ver los datos de inversión en I+D, así, en España y en el período 93-98, el aumento de inversión en éste renglón fue del 11,4% en las empresas grandes frente al 4,4% en las pequeñas y el 7,7% en las medianas, también da idea de la importancia de las empresas grandes el alto grado de concentración que se da en los diferentes sectores, junto con el predominio de empresas extranjeras.

Puesto que las innovaciones se producen en las empresas y no se improvisan pues suelen necesitar en ocasiones importantes inversiones y marcan, cuando llegan al mercado, pautas de consumo cuando tienen éxito, no olvidemos que es el mercado quien decide en definitiva el éxito o fracaso de las innovaciones. Si tenemos en cuenta además que nuestro mundo occidental es complejo, cambia a gran velocidad en numerosos aspectos y la incertidumbre aumenta, las empresas se encuentran con una situación de riesgo calculable y de incertidumbre no calculable. Esto supone que ante los objetivos actuales de las empresas (que no son con exactitud lo que explica la teoría neoclásica), para competir y lograr mayor hegemonía, las empresas necesitan producir el cambio y conocer la dirección y velocidad del mismo. Los planteamientos estratégicos, de dominio en definitiva, pasan a ser fundamentales. En éste sentido las innovaciones se convierten en estratégicas, para esto las empresas necesitan crear nuevos productos o mejorar sus procesos de producción o encontrar nuevos mercados de lo que sea, adaptar o anticipar sus organizaciones. Los medios técnicos, humanos y legales lo permiten y estimulan.

Otro punto a considerar es el de los derechos. Cuando los derechos de propiedad son claros y se establecen garantías para su cumplimiento, las transacciones de todo tipo aumentan, por lo que se refiere a las innovaciones, además de los normales en el comercio, se añade la protección por medio de las regulaciones de las patentes o cuando cambian las formas de comercio se estructuran y aclaran los derechos y su cumplimiento, es el caso, por ejemplo, del comercio por medio de internet. Cuando los

derechos no son claros, si las empresas tienen fuerza de negociación, pueden obtener ventajas. Lo importante es que los derechos se hagan cumplir, ya sea legal o ilegalmente (por ejemplo, los asuntos de la mafia).

Por último y para acabar de centrar un poco mejor el sentido de las innovaciones y cómo se manifiestan podemos recurrir a la autoridad de Schumpeter, destaca como manifestaciones de las innovaciones, entre otras: la introducción de un nuevo bien o calidad de ése bien, la introducción de un nuevo método de producción, la apertura de nuevos mercados, la conquista de una nueva fuente de aprovisionamiento de materias primas o de bienes semimanufacturados, la creación de una nueva organización de cualquier industria.

Los criterios a emplear pueden resumirse así: la asignación eficiente de los recursos a partir del modelo de competencia perfecta; las empresas grandes dadas sus características especiales y la mayor incidencia que tienen; la consideración de la innovación como variable estratégica; los objetivos de las empresas que no son necesariamente los de maximizar el beneficio; la existencia o inexistencia de derechos claros y su cumplimiento y los criterios de Schumpeter en lo que se refiere a manifestaciones de las innovaciones.

Consecuencias cuestionables derivadas de la forma de utilizar las innovaciones, pueden ser entre otras:

Si se centran en los procesos productivos, sistemas y modos de producción, pueden producirse economías de escala que presentan problemas de equilibrio asignador eficiente de recursos, tendencias monopolísticas o acusadamente hegemónicas.

Si los procesos productivos se basan en la conquista de nuevas fuentes de factores productivos, sucede lo mismo que en el caso anterior con el añadido de derechos confusos.

Tal como se estructuran algunos derechos como patentes, puede fomentarse la tendencia hegemónica de las empresas, la concentración consiguiente en la industria correspondiente y en ocasiones pérdida de recursos.

La utilización de la innovación como variable estratégica tiene consecuencias similares en cuanto a hegemonía y concentración.

Puede darse el coste social de las innovaciones y el beneficio privado, incluso sin el suficiente control sobre los recursos y los objetivos de las investigaciones.

Según la OCDE, año 1.990, las nuevas tecnologías originan desequilibrios espaciales y temporales (internos y entre diferentes países).

Aquí tan sólo podemos ver alguno de los puntos anteriores.

Veamos algo de las mejoras de procesos productivos.

En general se entiende que se dan mejoras en el proceso productivo cuando se consigue un abaratamiento de los costes de producción de las empresas (sin especificar de momento cómo se logra) que más adelante podría llegar a extenderse a la industria correspondiente. Si ésta mejora se manifiesta posteriormente en los precios de los productos (que será consecuencia de la competencia) aumentará el excedente del consumidor y consecuentemente se beneficiará la sociedad.

Suele entenderse que las mejoras del proceso de producción que permiten a las empresas reducir sus costes, se dan dentro de las mismas, sin embargo las mejoras en los costes que consiguen algunas empresas son el resultado de acciones en el mercado de factores productivos o de procesos intermedios de producción, suelen ser mercados que podrían denominarse "cautivos" de varias formas (esto tiene algo que ver con la especificidad de los activos, aunque es algo más) o mercados de factores productivos en cantidades ilimitadas, por lo que son fácilmente sustituibles. En esto subyace la idea formulada por Coase hace años en su conocido artículo "La naturaleza de la empresa", donde explica que cuando la empresa obtiene mejores costes de producción en el mercado, recurre al mismo; en su concepto de empresa, lo que ésta hace es sustituir al mercado y al revés. Aunque para que esto sea así deben darse una serie de condiciones especiales no aclaradas.

Esto mismo forma parte de lo que los modelos de organización de formas complejas nuevas denominan ruptura de la cadena de valor tradicional para establecer otra clase de vínculos con quienes llevan a cabo esa parte del proceso productivo que se segrega de la empresa con el fin de poder competir más eficientemente al liberar recursos de la empresa.

Las mejoras del proceso productivo pueden originar rendimientos crecientes o una importante reducción de los costes y a partir de éste menor nivel obtener rendimientos constantes. En éste caso aparecen problemas de determinación de los precios y de equilibrios maximizadores del beneficio de las empresas y también de asignación

eficiente de recursos y seguramente un mayor grado de concentración de la industria correspondiente.

Aceptando que el modelo de competencia perfecta da una explicación satisfactoria de la asignación eficiente de recursos en una economía, lo señalado antes para el caso de rendimientos crecientes significa que el coste marginal es decreciente y no llegará a alcanzarse el equilibrio que explica el modelo. Si, como también nos explica la teoría, la nueva situación puede entenderse por medio de un modelo de competencia monopolística, la empresa con ésa clase de costes tenderá a dominar su mercado y a convertirse en hegemónica, con la peculiaridad de que la situación maximizadora de beneficio no estará clara al ser el coste marginal decreciente o constante en niveles más bajos que los de sus competidores y se producirá un mayor excedente del consumidor que irá a la empresa.

No habrá tampoco eficiencia económica ya que ésta se produce cuando el mercado por medio del precio valora el producto en lo mismo que se destina a producir la unidad marginal; al ser el coste marginal menor que el precio se destinan más recursos a adquirir el bien que a producirlo.

La solución a éste problema, que podría llevar a una situación cercana al monopolio, sería la intervención pública de alguna forma. Si no es así, la empresa además de mayor hegemonía, puede obtener beneficios en cantidades marcadas por la misma empresa al tener la posibilidad de utilizar los precio y las cantidades como variables estratégicas frente a las demás empresas de la industria al partir de unos costes inferiores.

Profundicemos un poco más en el análisis.

Supongamos que se da la situación indicada de costes marginales decrecientes o constantes, pero a un nivel muy bajo porque el mercado de factores productivos que ha conseguido encontrar la empresa es ilimitado y por lo mismo puede imponer el precio que va a pagar por dichos factores. El empresario puede elegir de qué manera le interesa producir. El problema que se plantea entonces es el de maximizar la producción a partir de un coste dado que se puede considerar constante. Operando a partir de las funciones de producción y costes correspondientes e interpretando económicamente los resultados se llega a que si los precios de los factores productivos son constantes y los rendimientos son crecientes, la productividad marginal es creciente y a medida que aumenta la producción los costes disminuyen. Si los rendimientos son constantes, también la productividad marginal y la actuación de la empresa dependerá de lo bajos que sean los costes.

De acuerdo con lo anterior los planteamientos de la empresa pueden cambiar notablemente, su problema ya no será el de maximizar los beneficios sino el de cómo utilizar las ventajas que obtenga al poder establecer los precios y las cantidades que debe producir para alcanzar sus objetivos, el empleo de éstas variables será estratégico y dependerá de éstos objetivos, del grado de concentración de la industria, etc.

Una actuación estratégica por parte de una empresa, a partir de la situación explicada, puede dar lugar a que sean expulsadas de la industria otras empresas competidoras o a que queden en una situación débil y marginal y a convertir a la empresa innovadora en éste sentido en dominadora de su industria.

Socialmente el excedente del consumidor no será el máximo posible. También habrá una asignación no eficiente de los recursos.

Para resolver algunos de los problemas suelen establecerse normas de cumplimiento obligatorio en según qué lugares con el fin de regular más que los mercados, eso es difícil, los diferentes derechos entre los que están los establecidos sobre las transacciones y eso hace pensar que se regulan los mercados.

Cuando éstas normas resultan restrictivas para algunas empresas buscan formas de superarlas, su actuación en éste caso depende de la clase de industria, de la mucha o poca cualificación necesaria, etc. Hay que recordar a éste respecto que el fin de las empresas es entre otros el beneficio, lo refleja perfectamente la frase de Vanderbilt, hace algo más de un siglo: "los ferrocarriles no han sido contruidos para el bien de nuestro querido pueblo. Estas habladurías son una tontería. Han sido contruidos por hombres que invirtieron su dinero y esperaban obtener beneficios con ellos".

Una posible actuación de las empresas para lograr reducir sus costes de producción cuando como consecuencia de los salarios mínimos existentes en los mercados de trabajo con derechos regulados que suponen salarios mínimos y condiciones laborales determinadas debidas a las instituciones y normas reguladoras de éstos derechos, es la "deslocalización de la producción" cuando la clase de industria lo permite. Es un hecho incuestionable que en algunos sectores productivos en los que toda o una parte de su producción requiere mano de obra escasamente cualificada o fácilmente cualificable, ésta producción se lleva a cabo de varias formas, como economías sumergidas que permiten obtener unos costes inferiores a los que resultarían del cumplimiento de las normas que regulan los derechos de los trabajadores, o lugares sin derechos claros o de muy difícil cumplimiento.

Si la producción se lleva a otros países, subdesarrollados, con una mano de obra extraordinariamente barata y carentes de instituciones y normas reguladoras de los derechos en el mercado laboral, o aun existiendo algún tipo de regulación es muy difícil hacerla cumplir, el resultado a efectos de costes para las empresas que actúan de ésta forma es claro. El hecho es de gran importancia en algunos sectores de forma directa y en otros de manera indirecta.

De acuerdo con los criterios de Schumpeter, antes enumerados, las empresas han encontrado nuevos mercados de factores productivos, en éste caso mano de obra, en numerosos países que tienen unos derechos diferentes a los existentes en Occidente, en cantidades casi ilimitadas y que debido a las notables mejoras en las comunicaciones, innovaciones organizativas y recursos de las empresas, les permiten otras formas de producción que abaratan los costes de manera muy importante. El hecho es la reducción de costes con consecuencias económicas de varias clases y de considerable importancia como puede deducirse fácilmente.

Esta forma de reducir los costes de producción no está al alcance de todas las empresas; en algunos casos aparecen lo que podría denominarse "frenos morales", pero sobre todo, los frenos son debidos al tamaño de las empresas y a la producción requerida para que la organización de la empresa sea la adecuada para poder emplear éste modo de producción.

Algunas consecuencias económicas de éste modo de operar son claras, se produce la expulsión de empresas incapaces de competir y como consecuencia inmediata el dominio cada vez más acentuado de unas pocas empresas en la industria correspondiente; también se ven las dificultades para regular éstos derechos y se produce una asignación ineficiente de los recursos. La delimitación de los derechos legales tiene efectos sobre la eficiencia del sistema ya que puede elevar los costes o regular la manera de competir. A veces puede cuantificarse, en otras ocasiones no es posible. Los derechos legales sin delimitar (es el caso de los factores productivos antes señalado) tendrán el efecto de influir en los costes, en éste caso reduciéndolos en comparación con los que se tienen en un mercado con los derechos legales claramente delimitados y con posibilidad de que se hagan cumplir.

Veamos ahora alguna consecuencia económica derivada de ésta forma de reducir los costes de producción.

Por lo que atañe al excedente del consumidor pueden presentarse distintas situaciones. El excedente del consumidor es un instrumento que nos permite entender, a partir del excedente que se produce en una situación de competencia perfecta, el volumen de la asignación ineficiente de los recursos y quién se apropia del mismo.

Si el precio que se estableciese para el producto fuese el correspondiente a una situación de equilibrio de competencia perfecta, se supone que produciendo de la forma señalada, el excedente del consumidor sería elevado y los precios del producto muy bajos (siempre en comparación con la misma producción en los países occidentales, donde los derechos están establecidos y son de cumplimiento bastante generalizado).

Si los costes se establecen de acuerdo con los que se obtienen en un mercado con derechos regulados en esos países, de forma similar a como lo están en los países occidentales, que serían menores dado el menor coste de vida, el excedente del consumidor será menor que en el supuesto anterior al ser necesario establecer unos precios del producto más elevados para alcanzar el equilibrio ya que los costes también serán más altos.

Si los costes de producir lo mismo se establecen en los países occidentales, el precio será todavía mayor y el excedente del consumidor menor.

Si la empresa establece el precio del producto en un punto situado entre el primero y tercero de los indicados, (no debe olvidarse que el supuesto que se mantiene constantemente acerca de la empresa es que produce en un mercado de factores productivos sin regulación de derechos, sin derechos delimitados) el excedente del consumidor estará situado en alguna cantidad entre las correspondientes a las de los dos excedentes del consumidor que se han señalado antes. Lo normal es que la empresa se encuentre en ésta situación y establezca el precio de acuerdo con sus objetivos.

La diferencia entre el coste real para la empresa y el que correspondería al segundo caso de los indicados antes son recursos de los factores productivos, de acuerdo con el modelo de competencia perfecta, de los que se apropia la empresa y que según el precio del producto que establezca pueden ser beneficios extraordinarios en mayor o menor cuantía que puede redistribuir por medio del precio a los consumidores.

La empresa puede utilizar de forma estratégica tanto las cantidades como los precios.

Lo que se produce en definitiva es una transferencia o apropiación de rentas procedentes de factores productivos con derechos sin delimitar o regulados, pero de difícil obligación de hacer cumplir, hacia consumidores y empresas de países con derechos establecidos y que pueden hacerse cumplir.

Veamos ahora algunos datos y hechos que apoyan el análisis anterior, con una aclaración previa. Aunque esto puede parecer un alegato con tintes moralistas, no es más que una explicación fría de un hecho económico, con datos de salarios, de derechos de las personas en el mercado de trabajo con consecuencias económicas, de empresas que producen bienes y servicios para nuestro consumo, en definitiva, hechos económicos.

Como es razonable pensar las estadísticas en éste caso no están muy claras en ocasiones, las empresas suelen ser muy opacas, las oficinas de estadística de algunos países apenas existen y los datos aparecen por diversos canales como son algunas investigaciones privadas, así, "El libro negro de las firmas de marca" (todavía no traducido al castellano), organismos internacionales (OIT, UNICEF, etc.), ONGs, etc.

Según la OIT más de 12 millones de menores de 14 años producen juguetes, ropa, ordenadores,... , otros organismos multiplican ésta cifra por entre 8 y 10 al añadir otras clases de producción (minas, explotaciones agrícolas, desperdicios, etc.). Si repasamos algunas de las empresas más importantes de algunos sectores (cuyos nombres aunque conocidos no son citados aquí) veremos esto con mayor claridad.

Dos de las empresas más importantes de juguetes, con una facturación de 3.850 millones de euros, hacen parte de su producción con niños en jornadas laborales de hasta 18 horas y un salario de 40 euros mensuales.

Dos de las más importantes marcas de prendas deportivas, 15.300 millones de euros de facturación, gran parte de sus artículos son producidos por éste sistema, así, las camisetas, 80 por hora, salario diario de 10 euros.

Una de las empresas textiles más importantes, 5.800 millones de euros de facturación, produce por éste sistema con semanas de entre 60 y 85 horas de trabajo, sus salarios no superan el 0,4% del precio de venta de éstos productos, lo mismo producido en países con derechos, supone entre el 8 % y el 10% del precio, se produce con un coste de entre 20 y 25 veces inferior.

Tres de las más importantes empresas alimenticias, facturación 101.000 millones de euros, logran productos bastante baratos de mano de obra, la banana por 10 euros semanales, el cacao casi gratis en países de Africa, se vendieron hace poco partidas de niños esclavos de Malí a Costa de Marfil para las plantaciones de cacao.

Se puede llegar a ver esto en numerosos sectores.

Recuerdo que estamos viendo tan sólo datos económicos sobre empresas y costes de producción.

Si aplicamos el análisis anterior acerca de asignación de recursos, excedentes del consumidor y demás, se aprecia con claridad todo lo explicado.

Una de las claves para que las empresas hayan logrado reducir notablemente sus costes está en haber tenido la inteligencia de haber adecuado sus organizaciones ante los avances técnicos a nuevos mercados, en éste caso de factores productivos que están sin regular o que las normas son de casi imposible obligatoriedad de hacerse cumplir.

Tan sólo comparamos mercados con distintas regulaciones, que como sabemos originan hechos económicos también distintos.

Esto sugiere en alguna medida actitudes llamadas en su momento "manchesterianas" y que en lo concerniente al antiguo librecambismo se les imputaba que las colonias se conquistaban con objeto de dominarlas y explotarlas en beneficio de la metrópoli y con el de evitar que lo hicieran otras naciones.

Esto tiene algo que ver con la tantas veces citada globalización, en éste caso en lo relacionado con el mercado de trabajo y que desde el punto de vista analítico podría considerarse una curva de oferta de trabajo distinta de la convencional. Este es un asunto distinto a lo tratado aquí.

Según la OCDE, informe de 1.990, tal como se utilizan las innovaciones resulta una mayor brecha entre los países desarrollados y los subdesarrollados. El análisis anterior permite intuir algo de esto, las razones son complejas y no sólo económicas. Datos que indican el agrandamiento de la brecha, según el Fondo de Población de las Naciones Unidas, en el año 1.950 el 33% de la población mundial vivía en países desarrollados, en 1.998 no llegaba al 20%, las proyecciones para el año 2.050 dicen que ésa cifra será de apenas el 13%, para una población prevista de casi 9.000 millones de habitantes.

No podemos entrar aquí en éste tema, tampoco es imputable la situación a las innovaciones, aunque hemos visto que la forma de utilizarlas tiene una serie de consecuencias económicas. No debe pasarse por alto que la innovación tal como se ha producido, impuesto y se está utilizando, es un fenómeno casi exclusivo de una parte del mundo occidental.

Se han citado otros aspectos de la innovación que son cuando menos cuestionables, no es posible tratarlos en éste momento, pero es innegable que existen.

Hemos hablado de economía, de asignación eficiente de recursos, de intercambios, de transacciones, de formas de hacerlas, de derechos con consecuencias económicas distintas según cómo estén estructurados, de ventajas y beneficios de la innovación, de un mundo de transacciones con ganadores, necesariamente hay perdedores.

BIBLIOGRAFIA

- M. Amis. *Koba el Temible*. Anagrama. Barcelona. 2.004
- Aristóteles. *Política*. Ed. Gredos. Madrid. 2.000
- D. Allen. *Desarrollo con éxito de nuevos productos*. Barcelona. Ed. Folio, 1.994
- E. Bandrés. *Economía y redistribución*. Centro de Publicaciones. Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Madrid. 1.993
- V. P. Barbbo y G. Zaltman. *La voz del mercado*. Madrid. McGraw-Hill. 1.992
- G. Bataille. *Teoría de la religión*. Taurus. Madrid. 1.991
- J. Baudrillard. *De la seducción*. Altaya. Barcelona 1.999
- B. Bennasar. *La América española y la América portuguesa*. Sarpe. Madrid. 1.986
- J. Buchanan. *Ética y progreso económico*. Barcelona. Ariel. 1.996
- E. Bueno. *Organización de empresas. Estructuras, procesos y modelos*. Madrid. Ed. Pirámide. 1.996
- A. Camus. *El hombre rebelde*. Alianza. Madrid. 2.001
- R. Carballo. *Innovando en la empresa. Hacia un modelo innovador de dirección empresarial*. Barcelona. Ed. Gestión 2000. 1.999
- E. Cioran. *Adiós a la filosofía*. Altaya. Barcelona. 1.999
- R. H. Coase. *La empresa, el mercado y la ley* Madrid. Alianza. 1.994
- I. Cruz Roche (coordinador). *Los canales de distribución de productos de gran consumo*. Madrid. Ed. Pirámide. 1.999
- H. Demsetz. *La economía de la empresa*. Madrid. Alianza. 1.995
- R. Descartes. *Discurso del método*. Orbis. Barcelona. 1983
- J. Derrida. *Espectros de Marx*. Ed. Trotta. Madrid. 1.998
- J. Derrida. *Dar la muerte*. Paidós. Barcelona 2.000
- R. Dornbusch y S. Fischer. *Macroeconomía*. McGraw-Hill. Madrid. 1.997
- P. F. Drucker. *La innovación y el empresario innovador*. Barcelona. Planeta de Agostini. 1.994
- S. Eguidazu. *Creación de valor y gobierno de la empresa*. Barcelona. Ed. Gestión 2000. 1.999
- M. Eliade. *El mito del eterno retorno*. Alianza. Madrid. 2.000
- Erasmus de Rotterdam. *Coloquios*. Espasa. Madrid. 2.001
- S. Freud. *Totem y tabú*. RBA. Barcelona. 2.002
- S. Freud. *Psicología de las masas*. Alianza. Madrid. 1.984

- M. y R. Friedman. *Libertad de elegir*. Orbis. Barcelona. 1.983
- J. Galbraith. *La sociedad opulenta*. Altaya. Barcelona. 2.000
- E. Gellner. *Antropología y política*. Altaya. Barcelona 1.999
- R. M. Grant. *Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones*. Madrid. Ed. Civitas. 1.995
- J. Habermas. *Teoría y praxis*. Altaya. Barcelona. 1.999
- Harvard Business Review. *La gestión en la incertidumbre*. Bilbao. Deusto. 1.999
- J. Hessen. *Teoría del conocimiento*. Espasa Calpe. Madrid. 1.991
- H. Johnson. *Economía y sociedad I*. Orbis. Barcelona 1.985
- J. N. Kapferer y J. C. Thoenig. *La marca. Motor de la competitividad de las empresas y del crecimiento de la economía*. Madrid. McGraw-Hill. 1.991
- S. Kirkegard. *Temor y temblor*. Alianza. Madrid. 2.001
- L. Kolakowski. *Si Dios no existe...* Altaya. Barcelona 1.999
- G. T. di Lampedusa. *El Gatopardo*. Unidad Editorial. Madrid. 1.999
- Varios. *Lecturas de microeconomía y economía industrial*. Introducción y selección M.Ahijado y J. A. Fernández. Madrid. Ed. Pirámide. 1.998
- G. Lipovestky. *La era del vacío*. Ed. Anagrama. Barcelona. 1.998
- C. Lorenz y N. Leslie. *La dirección de empresas*. Barcelona. Ed. Folio. 1.994
- J. Lovelock. *Las edades de Gaia*. Tusquets. Barcelona. 1.995
- D. Lyon. *Postmodernidad*. Alianza. Madrid. 1.996
- J. F. Lyotard. *La condición postmoderna*. Altaya. Barcelona. 1.999
- K. Marx. *El Capital*. FCE México. 1.973
- P. Mateos. *Dirección y objetivos de la empresa actual*. Madrid. Ed. Centro de Estudios Ramón Areces. 1.998
- R. G. I. Maxwell. *Marketing. Un nuevo concepto*. Barcelona. Ed. Planeta de Agostini. 1.994
- Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. I. N. de Empleo. *La transformación del tejido y la organización empresarial española*. Madrid. 1.999
- Ministerio de Trabajo. *Las nuevas tecnologías en la década de los 90*. Madrid. 1.990
- H. Mintzberg. *El poder en la organización*. Barcelona. Ariel. 1.992
- J. Monod. *El azar y la necesidad*. Barral editores. Barcelona. 1.971
- R. Mousnier y E. Labrouse. *Historia general de las civilizaciones. El siglo XVII. Revolución intelectual, técnica y política*. Ed. Destino. Barcelona. 1.981

- M. Niveau. *Historia de los hechos económicos contemporáneos*. Ariel. Barcelona. 1.983
- D. C. North. *Estructura y cambio en la historia económica*. Alianza. Madrid. 1.994
- D. C. North. *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. FCE. México. 1.995
- Nosotros somos parte de la Tierra*. J. J. Olañeta Editor. Palma de Mallorca. 2.000
- J. Ortega y Gasset. *La rebelión de las masas*. Orbis. Barcelona. 1.983
- J. P. Pfeffer. *El poder en las organizaciones. Política e influencia en una empresa*. Madrid. McGraw-Hill. 1.993
- Platón. *Filebo*. Ed. Gredos. Madrid. 1.997
- Platón. *La República*. Aguilar. Madrid. 1.988
- Platón . *Sofista*. Ed. Gredos. Madrid.2.000
- M. Porter. *Estrategia competitiva*. México. Cecs. 1.991
- L. Putterman. *La naturaleza económica de la empresa*. Madrid. Alianza. 1.994
- Ricardo. D. *Principios de economía política*. Sarpe. Madrid. 1.985
- J.J. Rousseau. *El contrato social*. Edaf. Madrid. 1.999
- B. Russell. *Sociedad humana ética y política*. Altaya. Barcelona. 1.999
- E. Schrödinger. *Mente y materia*. Tusquets. Barcelona. 1.990
- J. A. Schumpeter. *Teoría del desenvolvimiento económico*. México. F. C. E. 1.934
- J. A. Schumpeter. *Historia del análisis económico*. Barcelona. Ariel. 1.971
- J. Segura. *Teoría de la economía industrial*. Madrid. Ed. Civitas. 1.993
- M. Silver. *Innovación y alcance de la empresa. El papel de la integración vertical*. Barcelona. Ariel. 1.996
- Smith. A. *La riqueza de las naciones*. Orbis. Barcelona 1.983
- R. Solow. *El mercado de trabajo como institución social*. Madrid. Alianza. 1.992
- A. Solzhenitsyn. *Archipiélago Gulag*. MDS Books/Mediasat. Madrid. 2.002
- B. Spinoza. *Tratado Teológico-Político*. RBA. Barcelona. 2.000
- C. Spinoza. *Tratado breve*. Alianza. Madrid. 2.002
- J. Stiglitz. *El malestar en la globalización*. Santillana. Madrid. 2.003
- J. Stuart Mill. *El utilitarismo*. Alianza. Madrid. 2.002
- Sun-tzu. *El arte de la guerra*. Madrid. E. Biblioteca Nueva. 2.000
- P. Sweezy. *Teoría del desarrollo capitalista*. FCE. México. 1.970
- L. V. Thomas. *La muerte*. Altaya. Barcelona. 1.999
- J. Tirole. *La Teoría de la Organización Industrial*. Barcelona. Ariel. 1.990

- J. M. Valdaliso y S. López. *Historia económica de la empresa*. Barcelona. Ed. Crítica. 2.000
- T. Veblen. *Teoría de la clase ociosa*. Orbis. Barcelona. 1.987
- M. Weber. *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Alianza. Madrid. 2.001
- O. Williamson. *Mercados y jerarquías: su análisis y sus implicaciones antitrust*. México. F. C. E. 1.991
- O. Williamson y S. G. Winter. *La naturaleza de la empresa. Orígenes, evolución y desarrollo*. México. F. C. E. 1.991
- L. Wittgenstein. *Investigaciones filosóficas*. Altaya. Barcelona. 1.999

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	2
I – MERCANCÍAS	5
- Mercancías y bienes	6
- Mercancía tierra	7
1 – La fuerza de trabajo	13
- Mercancía fuerza de trabajo y sociedad	16
2 – Las mercancías en general	21
3 – La mercancía dinero	23
- Digresión sobre el dinero	24
4 – La mercancía capital	34
II – CONSUMO Y CONSUMISMO	37
1- Sobre el fetichismo de las mercancías	40
- Consumismo y sacrificio	41
- Consumismo y fiesta	44
2 – El consumismo como huida	52
3 – Acción transformadora	63
- Acción directa sobre la naturaleza	63
- Acción de la ciencia sobre la naturaleza	68
4 – Sobre el consumismo y el utilitarismo	76
- Calidad de vida	78
5 – Consumismo y ostentación social	83
6 – Las mercancías tienen entidad política	89
7 – Mercancías y poder	98
Epílogo	104
Anexo I	107
Bibliografía	125