

XI Jornadas de Investigación. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2004.

EL SUJETO DEL MERCADO Y EL INDIVIDUO DE LA TECNOCRACIA.

NARCISO BENBENASTE, MARIANA ROITMAN y CARLOS NERI.

Cita:

NARCISO BENBENASTE, MARIANA ROITMAN y CARLOS NERI (2004). *EL SUJETO DEL MERCADO Y EL INDIVIDUO DE LA TECNOCRACIA. XI Jornadas de Investigación. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-029/162>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eVAu/Krz>

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

395 - EL SUJETO DEL MERCADO Y EL INDIVIDUO DE LA TECNOCRACIA

Autor/es

NARCISO BENBENASTE; MARIANA ROITMAN ; CARLOS NERI

Institución que acredita y/o financia la investigación

Instituto de Investigaciones. Facultad de Psicología. Universidad de Buenos Aires

Resumen

El objetivo de este trabajo es realizar un análisis acerca del modo en que el desarrollo de la sociedad de mercado (capitalismo) tiende a constituir un tipo de sujeto que prefigura al individuo de un sistema de organización (social) que vale denominar tecnocracia. Se considera que el desarrollo del mercado devenido en la dinámica más universal de los intercambios psicosociales tiende a construir un tipo de sujeto cuyos atributos, de proseguir absolutizándose, desembocarían en una clase de individuo propio de una organización tecnocrática. Se explicita el concepto de tecnocracia, para luego señalar cómo ese sistema se prefigura en los rasgos objetivos del mercado. Se describen además los rasgos del tipo de sujeto del mercado y por último se intenta mostrar cómo, la acentuación de los rasgos del sujeto del mercado preparan la legitimación de un individuo de la tecnocracia, es decir, un ser digital como sustituto de un ser intersubjetivo.

Resumen en Inglés

The objective in this investigation is to make an analysis about the way the development in the market society (capitalism) tend to create a type of subject who prearrange the individual in an organized system (social) who can be called technocracy. It is considered that the market development, turned into the most

universal dynamic of the psychosocial interchange, tends to create a type of subject whose attribute, in case of going on being absolut, will end in a sort of individual natural of a technocratic organization. The concept of technocracy is explained, for then to appoint how the system is prefigured in the objective feature of the market. Besides, the features of the type of market subject are described, and, at least, there is an attempt to show how the accentuation in the features of the market subject are preparing the legitimation of an individual of the technocracy, in other words, a digital being as a substitute for an intersubjective being.

Palabras Clave

sujeto individuo-digital mercado tecnocracia

En este trabajo vamos a sostener que el desarrollo de la sociedad de mercado (capitalismo) tiende a constituir un tipo de sujeto que prefigura al individuo de un sistema de organización (social) que vale denominar tecnocracia.

Esta afirmación no equivale a decir que se trate de un determinismo histórico en cuanto al paso de la sociedad de mercado contemporánea a una etapa poscapitalista que puede definirse como tecnocrática. Lo que vamos a considerar es que el desarrollo del mercado devenido en la dinámica más universal de los intercambios psicosociales tiende a construir un tipo de sujeto cuyos atributos, de proseguir absolutizándose, desembocarían en una clase de individuo propio de una organización tecnocrática.

Para mostrar la plausibilidad lógica de este planteo haremos el siguiente recorrido:

- a) Explicitaremos el concepto de tecnocracia,
- b) enseguida señalaremos cómo ese sistema se prefigura en los rasgos objetivos

del mercado, y en particular el sentido del sentido como se usa la tecnología,

- c) luego describiremos los rasgos del tipo de sujeto del mercado
- d) por último, intentaremos mostrar cómo, de acentuarse, los rasgos del sujeto del mercado preparan la legitimación de un individuo de la tecnocracia, es decir, un ser digital como sustituto de un ser intersubjetivo.

1. El concepto de tecnocracia

Definimos lo tecnocrático como un orden que tiende a controlar prescribiendo, formalmente, las relaciones entre los individuos y sus conductas. Implica la tecnología destinada, no solamente para producir, sino a la vez controlar las relaciones de los seres humanos. Ello no obsta para que pueda dar lugar a un cúmulo muy grande, o incluso cada vez mayor, de productos y posibilidades del individuo y de las relaciones entre los individuos, pero en tanto conjuntos de instancias unívocas, esto es, codificables. El mercado es control, pero poscorrectivo de lo incorporado desde un contexto humano que preexiste y excede al mercado; en cambio lo tecnocrático tiende a ser precorrectivo.

De continuar la tendencia a que el mercado se constituya en la dinámica cada vez más absoluta de los intercambios sociales y en función de los desarrollos tecnológicos ya concretados y plausibles para las siguientes décadas, es conjeturable para un futuro -que no estamos en condiciones de precisar- un orden tecnocrático. A continuación puntualizamos algunos de los caracteres de ese orden:

- El primer punto y crucial es la desaparición del dinero como criterio de intercambio general y, por ende, mediatizador de las relaciones intersubjetivas.
- La desaparición de la movilidad social libre, que es un derivado de la pérdida

del dinero como mediador social.

- La automatización del trabajo, en sus formas principales y las más generalizadas.
- La utilización de la tecnología, no sólo para la producción y destrucción, sino para el control y la administración de las relaciones humanas y, crecientemente, para un control de la biología, en particular a través de la ingeniería genética.
- Los niveles decisorios del orden serán efecto de una racionalidad que cada vez más se apoye en los análisis y resultados computarizados.
- Un correlato epistemológico de esa clase de desarrollo es la persistencia de una noción presimbólica de lo empírico. La comprobación empírica es un requisito de las teorías científicas; pero la idea de que la actividad simbólica - el psiquismo - no es empírica - idea común a los psicólogos idealistas (que son la gran mayoría) y a los físicos y biólogos (también en su mayoría idealistas en la concepción del psiquismo), favorece un derrotero de la ciencia reduccionista. Esto conlleva, por ejemplo, a identificar Inteligencia Artificial con Inteligencia, y en general a desestimar el papel de la intersubjetividad, tanto en lo que es la constitución y sostén del psiquismo como para el “ contexto de descubrimiento” en la ciencia (lo que entraña un ideal tecnológico de la ciencia)iii[iii][iii]. Solidariamente, y sobretodo desde el campo de la psicología, no se entiende que la intersubjetividad es materialiv[iv][iv]; una de las razones es una visión estrecha, acorde al idealismo filosófico que los embarga, de la noción de materia.

2. Dinámica y tendencias del Mercado

El mercado es el ámbito público para la dinámica de los intercambios privados cuantificados. La tendencia intrínseca y más general del mercado es a que todos los factores objetivos y aspectos subjetivos se conviertan en mercancía, o sea, en parte de la dinámica de compra y venta.

En función de esa tendencia general hay otras tres que nos interesa destacar para el objetivo del trabajo:

- a) El desarrollo y mundialización del mercado implica una división del trabajo cada vez más mayor.
- b) Predominio creciente del capital intensivo por sobre el trabajo o capital extensivo, en particular por la importancia del factor tecnológico en los procesos productivos. En otras palabras, si se toma como unidad de análisis una empresa, se verifica que cada vez se produce más con menos gente.
- c) Creciente competitividad. Esto se debe por una parte al factor intensivo del capital y, solidario de lo anterior, a la gradual ampliación del universo nacional al mundial como lugar de competencia.

2.1. El Sujeto del Mercado

En este punto destacaremos algunos rasgos que, si bien no por completo *bis a bis*, hacen al tipo de sujeto correlativo a esas tendencias objetivas del Mercado:

- a) La unilateralidad. Producto tanto del tipo de demanda en el mercado laboral, como también del refuerzo que imprime el tipo de formación educativa y las representaciones del Ideal del Yo familiar que perciben como natural que el hijo/a se unilateralice en algún saber y luego en un cierto oficio o profesión.
- b) El placer inmediateista. La dinámica del mercado requiere la mayor frecuencia posible de actos de venta y compra. Esto genera un sujeto que cuando compra pueda tener un placer lo más intenso posible pero de corta duración. Ese breve lapso es inducido ya sea por los rápidos cambios en la moda, como por la obsolescencia de los productos dada por la propia fabricación.
- c) El sujeto escaso. Entendida la escasez en el sentido económico, esto es, la

escasez del mercado, es una resignificación del uso común del término. La escasez en la acepción cotidiana quiere decir falta o insuficiencia. Pero en el campo económico la cuestión es que se observa un sentimiento de escasez con el desarrollo, es decir cuando hay más bienes. En efecto, a más desarrollo, en tanto desarrollo de mercado, más competencia. De allí que el sujeto se experimente crecientemente escaso tanto para dar cuenta del nivel productivo demandado como para consumir lo que en cada momento es percibido como necesario para ser valorado, en la competencia estética por ejemplo.

- d) El trato como "*medio de*". La vivencia cotidiana de que sin dinero, es decir, sin posibilidades de compra y venta, una persona no sólo no satisface sus necesidades básicas sino que, tampoco, es socialmente reconocida, conlleva, de modo no consciente, a sentir que el dinero es más importante que cualquier relación social. Consiguientemente, para la adaptación social - aún cuando fuera a pesar de su consciencia - trata a los otros y a sí mismo como medio de posibilidades instrumentales frente al dinero o equivalentes simbólicos en la sociedad.

3. Diferencia en la semejanza

En el capitalismo (sociedad de mercado) hay control desde la apertura, y en ese sentido es distinto a la tecnocracia. En la sociedad de mercado hay control en cuanto a que la forma de cualquier elemento, para llegar a existir, debe venderse y hacerse parte, enriqueciendo con ello el sistema de precios.

La índole del mercado -que es reproducirse sin más- hace lugar a una apertura de lo que, aún, no es mercado. Una nueva idea por ejemplo no es en sí misma parte del mercado, pero puede financiarse y al cabo de un tiempo generar una innovación tecnológica que, aplicada, genere saltos cualitativos en la lógica de la ganancia para quien la introduce en el mercado.

Como se ve, el incremento del mercado - esto es, el aumento en la cantidad de productos y facetas subjetivas como partes de un mismo proceso de intercambios cuantificables - es una lógica que necesita la libertad de los sujetos.

Tenemos así que la dinámica del mercado es tensional. Por una parte, el desarrollo del mercado necesita de lo nuevo y por ende, de la libertad de los seres humanos para producir; por otra, existe la tendencia a que todo lo producido o por producir devenga parte del sistema de precios, o sea de un cierto control en los intercambios.

4. Lo que se observa en el capitalismo contemporáneo como tránsito hacia lo tecnocrático

Los puntos que siguen ilustran, aunque no de una manera exhaustiva, de qué manera los desarrollos tecnológicos van marcando la dinámica del mercado y su tipo de sujeto en una dirección que, de no mediar una inflexión histórica, puede desembocar en un orden tecnocrático.

- Diferenciación cada vez mayor de la población en estratos según los intercambios de valor agregado en el consumo o el uso intensivo de capital. Lo intercambiado entre empresas es sustantivo para los procesos de producción con tecnología avanzada; mientras que la gran mayoría de la población mundial intercambia como productores de poco valor agregado, como usuarios, o como consumidores de baja productividad relativa [v][v],
- importancia de la imagen como sustitución de producción de intercambios valorados en las relaciones intersubjetivas. La imagen cumple el papel de la producción de sentido, compensando la desvalorización de las relaciones intersubjetivas -en tanto cada uno percibe al otro sin capacidad decisional y solamente como "medio de". Los medios de comunicación de masas aparecen como una de las formas más accesibles para que cada persona logre la compensación narcisista -aunque sea fantaseada- con relación a su posición

desvalorizada en la vida cotidiana.

En su práctica como sujeto de la vida cotidiana las personas experimentan distintas secundarizaciones como largas esperas, incomodidades en los traslados, órdenes destempladas de superiores jerárquicos o incertidumbre en los negocios, que redundan en una merma de la estima. Sin embargo, luego, a través de la sintonización de una radio, pero sobretodo el televisor, o una conversación (*chat*) por Internet, puede identificarse con el personaje elegido y con ello, hasta cierto punto, obtener una compensación narcisista o una catarsis -en el caso de la radio se trata más bien de conseguir un acompañamiento confortante mientras transcurre una cotidianeidad que de otro modo sería experimentada como vacía.

- Otro factor que coadyuva al papel de la imagen es la mayor objetivación de las fantasías que induce el mercado. Con cada nueva generación, los individuos *actúan*, en el sentido psicoanalítico, sus fantasías en la realidad empírica, lo que es funcional a la dinámica de los intercambios mercantiles.
- Registro y compilación de bases de datos de las compras de los clientes, lo que equivale a tener cada vez más información (codificar) acerca de las actividades sociales e íntimas de los sujetos.
- Avances en los proyectos de colonización del espacio extraterrestre, lo que implica decisiones sobre el futuro humano solamente manejables por pocos.
- Posibilidades de la ingeniería genética a raíz de los avances en la decodificación del genoma humano.

5. Del sujeto económico al ser digital (del código)vi[vi][vi]

Dado los rasgos del sujeto del mercado y la perspectiva de una mayor intensificación, se está legitimando una continuidad entre el sujeto del mercado, esto

es, de los intercambios cuantificados, hacia un ser digital, es decir, un ser propio de un sistema posmercantil, específicamente un sistema tecnocrático.

La competitividad cada vez más intensa por no ser objeto obsoleto en esos intercambios cuantificados, esto es en la posibilidad de ser cada uno vendible, produce el sentimiento de ser "escaso". En ese objetivo, el sujeto mismo busca ser más eficiente, es decir, *unilateral, del placer inmediateista, y escaso*.

Su optimización en esas facetas le hace sentir la compulsividad de renovarse cada vez más rápido, resignificando su identidad, haciéndose cada vez más económico, esto es, conformando un ser codificable como puro objeto de los intercambios.

Lo tecnocrático se legitima en esa percepción de que el sujeto social es un sujeto cada vez más económico. El ser formalizado en sus procedimientos y subjetividad es una continuidad en la optimización de un ser ya sumamente económico -que vive para ser objeto de una alícuota, si es posible mayor, de los intercambios cuantificados. La vestimenta, el tratamiento del cuerpo, las conductas, los vínculos, los juicios y la anulación de los " tiempos muertos" , lo codifican como ser económico, es decir, puntualizado en superar continuamente su escasez para los cada vez más intensificados intercambios mercantiles.

Si el sentimiento de ser "medio de", unilateral y escaso, se lleva a pleno y se formaliza, el ser queda formalmente restringido en sus relaciones como sujeto del lenguaje natural. Su existencia, en cambio, queda codificada constituyéndose así el ser digital o individuo de la tecnocracia.

i[i][i] Recuperando lo distinguido por K. Popper (1962), *La Lógica de la Investigación Científica*. Tecnos. Madrid, .para el campo de la ciencia, el mercado admite, y necesita, y de cierta forma alienta, un “ contexto de descubrimiento” . Las condiciones de ese “ contexto de descubrimiento” se relacionan con el mercado pero lo excede en tanto implica aspectos síquicos- para el descubrimiento de procesos y productos. que son resultado de la genética y las condiciones de constitución del siquismo del ser humano.

ii[ii][ii] Efecto de la creciente automatización de los procesos productivos y del límite de expansión del mercado.

iii[iii][iii] Para una noción sobre inteligencia artificial se puede ver: Haugeland John (1988), *La Inteligencia Artificial*, Siglo XXI, México.

iv[iv][iv] iv[iv][iv] Una aproximación a esta cuestión la plantea Piaget:"En rigor, y para constituir una psicología verdaderamente "general" además deberíamos determinar en el caso de cada acto de pensamiento sus concomitantes físico-químicos efectivos, y esto nos conduciría verosímilmente a afinar la escala actual de nuestras observaciones propiamente físicas [...] como concebimos de una manera más íntima el verdadero sentido de la inercia en la mecánica newtoniana, si consideramos esta ciencia como un caso particular del electromagnetismo y de la más general mecánica de la relatividad". J. Piaget (citando al físico Charles-Eugene Guye), *Tratado de lógica y conocimiento científico (Clasificación de las ciencias y principales corrientes de la epistemología contemporánea)*, pp. 31, Ed. Paidós, 1979.

v[v][v] En verdad esta tendencia no pertenece exclusivamente a la dinámica intrínseca del mercado sino, en buena medida, al atraso y formas corruptas del Estado y la política, que rigen en muchos países de menor desarrollo relativo.

vi[vi][vi] Entendemos por código un conjunto de correspondencias bi-univocas aceptadas por una cierta comunidad.

BIBLIOGRAFÍA

§ Benbenaste, N (2000) Tesis de Doctorado Capítulo 13. Universidad de Buenos Aires

§ Haugeland, J. (1988), *La Inteligencia Artificial*, Siglo XXI, México.

§ Piaget, J. (1979) Tratado de lógica y conocimiento científico (Clasificación de las ciencias y principales corrientes de la epistemología contemporánea), Ed. Paidós,

§ Popper, K. (1962), La Lógica de la Investigación Científica. Tecnos. Madrid