

Mercado, alienación y cosificación.

Maximiliano Basilio Cladakis.

Cita:

Maximiliano Basilio Cladakis (2024). *Mercado, alienación y cosificación.*
III Congreso Internacional de Ciencias Humanas. Escuela de
Humanidades, Universidad Nacional de San Martín, Gral. San Martín.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/3.congreso.eh.unsam/10>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/esz9/pDT>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

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>.

Mercado, alienación, cosificación

Maximiliano Basilio Cladakis

Una época signada por la alienación

La alienación es una de las problemáticas nucleares del pensamiento crítico de los siglos XIX y de gran parte del siglo XX. Lamentablemente, durante la última parte del siglo pasado se ha convertido en objeto de crítica o en una problemática menor. Sin embargo, se trata de una cuestión que ha sido retomada por el pensamiento filosófico de los inicios del tercer milenio. Las obras de Mark Fisher, de Hermut Rosa y de Byung Chul Han son una prueba de esto. Y se trata de una cuestión fundamental ya que la problematización en torno a la alienación nos coloca en la problematización en torno a la libertad e, incluso, del humanismo. A partir de Hegel y llegando a uno de sus grados más altos con Marx, la alienación se nos presenta como el otro lado de la historia. El optimismo positivista y su dogmática fe en el progreso civilizatorio y en la mecanización de todos los aspectos de la existencia ha sido un bastión de la modernidad. Y no se trata de un momento ya superado. Por el contrario, nuestra época se encuentra atravesada por un discurso tecnocrático aún más radicalizado que el de los siglos XVIII y XIX.

En el ámbito político y económico las nuevas encarnaciones del capitalismo combinan la tecnocracia con modos extremos del liberalismo donde el mercado adquiere una entidad metafísica que no se compara ni siquiera con la teología medieval. Byung Chul Han (2021) habla de Regimen Neoliberal, Friedrich Jameson de capitalismo tardío (2019), Biffo Berardi (2023) de nazismo financiero. En todos los casos, no se trata de un simple modelo económico sino de una forma integral que adquiere la existencia humana en sus distintas facetas. La anulación de la posibilidad y el entronizamiento de una realidad regida por leyes extrañas a los hombres tienen como una de sus pilares el fenómeno de la alienación. Y, en este sentido, retornar a Marx y a Lukacs, uno de sus más importantes herederos, se torna acuciante. Redescubrir la relación entre capitalismo y alienación es una tarea fundamental para un pensamiento filosófico que intente volverse praxis, tener una injerencia en el mundo.

La libertad de mercado es la esclavitud del ser humano

El mercado es el ámbito de intercambio de mercancías. Lo que en un momento previo a la modernidad era un *topos* concreto y, como señalan tanto Marx como Lukacs un elemento marginal de la economía, se reconfiguró como el centro mismo de esta, siendo considerados ambos términos casi como sinónimos. Al mismo tiempo, adquirió una dimensión universal. Ya no se trata de un lugar específico, de un territorio demarcado para el intercambio de bienes. La noción de mercado se desterritorializó y se universalizó. Todo se ha convertido en un mercado. El propio Heidegger, pensador ajeno a la tradición marxista, habla del mundo convertido en un gran supermercado.

Ahora bien, la libertad de mercado es la libertad de circulación de las mercancías. Desde el liberalismo, se reconoce este momento como el de la realización de la libertad humana. Esta tesis, puede ser criticada desde dos perspectivas distintas. Por un lado, se trata de una libertad que solo es posible realizar para los poseedores de mercancías. Lo que significa que el liberalismo es solo una ideología que universaliza los intereses de una clase social. Por otro lado, también puede ser leída como expresión de una existencia alienada que totaliza a la humanidad bajo el dominio de la forma mercancía. Ambas lecturas no son opuestas, sino complementarias. El liberalismo es tanto una cosa como la otra.

Deteniéndonos en la segunda, en *El capital* Marx observa que en el mercado el sujeto se determina en virtud de la mercancía. Es propietario. Eso determina su esencia. Y lo es en cuanto poseedor de la mercancía. Sin embargo, en tanto es la mercancía la que lo hace ser propietario es ella quien lo posee a él. La mercancía es sutil, engañosa, pasa de una mano a otra, despoja de su ser al mismo propietario. No es el propietario quien posee a la mercancía sino la mercancía lo que lo posee a él. En el momento de intercambio los propietarios son “representantes de la mercancía” (Marx, 2008: 104). Como señala Lukacs en la modernidad capitalista, nos encontramos con el hecho de que las clases dominantes dependen de algo externo a ellas mismas para ser tales.

El centro del mundo burgués es la mercancía. Y ella es, como señala Marx (2008), “un objeto endemoniado, rico en sutilezas metafísicas y reticencias teológicas” (87). En el mundo de la alienación, la mercancía posee un valor por sí misma, de ella se derraman leyes no elegidas por el hombre, el ser humano está a su merced. Lo que es un objeto de la creación humana, debido a la división del trabajo y al régimen de la propiedad privada, se

vuelve una fuerza sobrehumana que determina nuestra vida de manera externa, como lo era el Destino para los griegos.

La libertad de mercado significa la liberación de esas fuerzas sobrehumanas por sobre nuestras vidas. La mercancía, forma nuclear de las sociedades capitalistas, se eleva como un *Theos*, ante el cual solo queda arrodillarnos.

Cosificación y fragmentación

Toda la producción capitalista está orientada a la creación de mercancías. Esto lo señala Marx ya en los *Manuscritos de 1844*. Esto significa la primacía del valor de cambio por sobre el valor de uso. Lo que funda la producción no es la satisfacción de una necesidad, su uso, sino la formación de un valor de intercambio. La utilidad de un objeto es solamente subsidiaria de la mercancía. El valor de cambio significa la cuantificación y homogeneización del objeto. El mercado licúa las diferencias entre las cosas ya que todo es intercambiable. Lo cualitativo se desintegra por medio de su reducción al valor de cambio.

La finalidad de la producción capitalista no es otra que la maximización de ganancias. Despojadas de sus particularidades, las cosas se presentan de una manera abstracta. Precisamente, en *Historia y conciencia de clase* Lukács observa que se trata de una coseidad abstracta. En este punto se encuentra el núcleo de la problemática en torno a la cosificación. Se trata de la coseidad abstracta. La mercancía es el objeto cosificado de manera abstracta ya que son eliminadas sus características, su carácter cualitativo y sus diferencias para ser medios para generar una ganancia mayor en el mercado.

Esta objetivación racional enmascara ante todo la coseidad inmediata — cualitativa y cuantitativa— de todas las cosas. Al aparecer sin excepción como mercancías, los bienes de uso adquieren una nueva objetividad, una nueva coseidad, que no tenían en la época del intercambio simplemente ocasional, y que destruye su coseidad propia y original, la hacer desaparecer (Lukacs, 1970: 119).

Este fenómeno se extiende a todos los ámbitos de la existencia humana. No es algo que solo afecta a los objetos sino también a los seres humanos. Marx lo señala con claridad. La esencia del ser humano es el trabajo. Sin embargo, en el capitalismo el asalariado se ve obligado a vender su fuerza de trabajo. Por lo que aquello que es la esencia

del hombre se presenta como algo distinto de sí mismo, como una mercancía más que depone en el mercado. Siguiendo a Lukács, es el hombre mismo el que es cosificado. Su fuerza de trabajo se le presenta como una cosa determinada por el valor de cambio, algo que posee y que por tanto es distinto de sí mismo.

La lógica capitalista fundada en la dominación de la forma mercancía es profundamente deshumanizante. Es inherente a ella el proceso de cosificación. Lukács observa que esta cosificación significa una fragmentación de la persona. Las cualidades o habilidades que conforman una totalidad integran de un hombre se descomponen en bienes para ofertar en el mercado. Se trate del trabajo manual o del trabajo intelectual, el sujeto se fragmenta en diversas habilidades o capacidades de las que es poseedor, por lo tanto que no conforman una totalidad con su existencia, y que intercambia en el mercado como si fueran cualquier otro tipo de mercancías.

La muerte de la cultura

En su breve ensayo “Vieja y nueva *Kultur*” Lukács observa el modo en que la cultura es clausurada por el régimen capitalista. En este escrito, el filósofo húngaro hace un muy valioso aporte al pensamiento marxista. Como se sabe, Marx distingue entre valor de uso y valor de cambio. Lukács agrega un valor más: el del objeto cultural. Continuando con la distinción entre civilización y cultura, señala que, mientras la primera cumple la función de satisfacer las necesidades materiales, la segunda guarda un carácter suntuario. Es decir, el objeto cultural no viene a satisfacer ninguna necesidad. Por lo tanto, su valor no reside en su utilidad, pero tampoco en su valor de cambio. Posee un valor en sí mismo. “Así todo lo que la *Kultur* produce puede tener valor auténtico solo cuando tiene valor de por sí”

En un régimen donde la forma mercancía se extiende a todos los ámbitos de la producción, la cultura no tiene lugar. Si todo el modo de producción capitalista tiene como finalidad de generar valores de cambio, el objeto cultural es consumido por las lógicas del mercado. La gratuidad del objeto cultural se desvanece, por lo que él mismo también lo hace. El mercado es el ámbito donde se realiza la muerte de la cultura. Si bien se podría argumentar que existe una industria cultural, en tanto está toma los objetos culturales como mercancías, esto conlleva necesariamente a la aniquilación del propio valor cultural.

Cuando el objeto cultural se convierte en mercancía, su valor no es la gratuidad sino el de cambio. Se trata de dos lógicas contrapuestas, antagónicas. El capitalismo forma valores de cambio, la cultura valores gratuitos. Precisamente, desde los principios rectores del mercado los valores culturales no tienen ninguna importancia; son, incluso, enemigos de la lógica costo/beneficio.

Consideraciones actuales

La problemática en torno a la alienación es un tópico fundamental para el pensamiento crítico en los albores del tercer milenio. Los discursos hegemónicos, tanto mediáticos como políticos, comprenden al mercado como una entidad metafísica que no responde a ninguna voluntad humana. Economistas, periodistas, diversos especialistas se nos presentan como intermediarios de ese mundo suprasensible que determina nuestras vidas. La lógica mercantil, al mismo tiempo, se extiende metastasicamente sobre los diversos ámbitos de nuestras existencias. La maximización de ganancias y la lógica costo-beneficio se tornan como los únicos principios razonables de una época signada por el dominio de la forma mercancía.

Nuestro país es un lamentable ejemplo de esto. La educación, la salud, el arte y la cultura son considerados costos, y, por tanto, desechados. La misma gestación de un Ministerio que lleve por nombre “Capital Humano” torna patente que cada uno de nosotros es cosificado, degradado a un mero elemento más dentro de la lógica deshumanizante del capitalismo.

Referencias bibliográficas

- Berardi, Franco (2023), *Medio siglo contra el trabajo*, Madrid: Canon Bífido.
- Han, Byung Chul (2021), *Psicopolítica*, Madrid: Herder.
- Lukács, G. (1970), *Historia y conciencia de clases*, Instituto del libro: La Habana.
- Lukács, G. (1973), “Vieja y nueva Kultur”, en *Revolución socialista antiparlamentarismo*, Buenos Aires, Cuadernos de Pasado y Presente.

- Marx, K. (2008), *El capital. Crítica de la economía política. Vol. I*, México, Fondo de Cultura Económica,