



**TECNOLOGICO
DE MONTERREY**



**TECNOLOGICO
DE MONTERREY**

Biblioteca
Campus Ciudad de México

**REIFICACIÓN Y CONCIENCIA. UNA REFLEXIÓN
CRÍTICA SOBRE EL CAPITALISMO CONTEMPORÁNEO
EN MÉXICO**

TESIS QUE PRESENTA
ALFREDO GARCÍA GALINDO

PARA OBTENER EL GRADO DE

**DOCTOR EN ESTUDIOS HUMANÍSTICOS
CON ESPECIALIDAD EN ÉTICA**

DIRECTORA DE TESIS: DORA ELVIRA GARCÍA GONZÁLEZ

ABRIL 2016

CAMPUS CIUDAD DE MÉXICO

RESUMEN

La presente investigación se enfoca en el tratamiento de la reificación como categoría para el análisis crítico del capitalismo en México. A grandes rasgos, la reificación es un proceso de la conciencia caracterizado por la interrelación dinámica entre los fenómenos conocidos como alienación, fetichismo de la mercancía y cosificación de las personas. Estos tres conceptos apuntan al hecho de que las sociedades y los individuos, se encuentran cada vez más determinados en su desempeño social por las determinaciones que el modo de producción capitalista insta para su propia reproducción, de tal manera que el mundo de las cosas es percibido por los propios individuos como la realidad misma.

Considerando lo anterior, en el primero de los capítulos se realiza un análisis teórico y conceptual de la reificación, cotejando diversas posturas teóricas y metodológicas; esto para plantear el efecto en la conciencia de la propia reificación y para, al mismo tiempo, presentar algunos de los aspectos que justifican la conveniencia del concepto reificación para realizar el análisis crítico de la contemporaneidad capitalista.

En el segundo capítulo, por medio de un trabajo bibliográfico y documental se estudia el proceso histórico y sociocultural del capitalismo en México. Así, se realiza una descripción del desarrollo de las formas y espacios de consumo en entornos urbanos, desde el periodo del México virreinal hasta nuestros días, siendo la Ciudad de México el principal foco espacial en el que nos ocupamos.

En el capítulo tres realizamos una reflexión de orden filosófico que involucra ámbitos de interés de la literatura, la sociología y la psicología, esto para identificar cómo fue que el establecimiento de diversos principios como la libertad de comercio, la igualdad jurídica o el consumo, generó, no sólo una lógica discursiva y subjetiva, sino también nuevas manifestaciones de exclusión, particularmente de origen socioeconómico. Estos fenómenos a su vez se expresan en la forma como los individuos nos relacionamos, entre nosotros, con el espacio urbano, con el consumo y con las mercancías.

En el último capítulo planteamos, a través de un ejercicio exploratorio y descriptivo, que aun cuando los procesos de reificación generen esquemas de valores que dificultan una convivencia de mayor cuño humano, no eliminan los escenarios posibles de contra-discurso como puede verse con alternativas de organización diferentes a las típicas del capitalismo de mercancías, las cuales plantean escenarios de convivencia distintos a los determinados por la lógica del consumo degradadora del medioambiente y de la sociedad.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	XIV
CAPÍTULO I. REIFICACIÓN. EL CONCEPTO Y LA CATEGORÍA	1
<i>I. El concepto Reificación. Orígenes y evolución</i>	2
-La alienación como antecedente conceptual de la reificación	4
-El trabajo alienado	20
-El asunto del fetichismo de la mercancía	27
-La mercancía como marca de la reificación. Un diálogo con Lukács, primera parte	36
-El punto de vista del proletariado. Un diálogo con Lukács, segunda parte	47
-La cosificación como despersonalización	55
<i>II. Reificación. Del concepto a la categoría; del fenómeno al proceso; de la identificación a la denuncia</i>	59
-Reificación: categoría de análisis	60
-Polémicas y preocupaciones en torno a la reificación como categoría	70
-Algunas críticas a la categoría reificación	79
-Reificación: síntesis dinámica de la alienación, el fetichismo de la mercancía y la cosificación	84
-Conciencia y conciencia reificada	88
CAPÍTULO II. REIFICACIÓN: ESPACIO, CONSUMO Y MERCANCÍAS.	
EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA REIFICACIÓN EN MÉXICO.	97
<i>I. Espacios urbanos y consumo en México. Primeras reflexiones</i>	99
<i>II. Parques y alamedas</i>	104
<i>III. Pasajes comerciales y tiendas de novedades</i>	123

<i>IV. Tiendas departamentales y centros comerciales</i>	151
CAPÍTULO III. ESPACIOS E IMÁGENES DIALÉCTICAS. DEAMBULANDO	
POR LA CIUDAD REIFICADA	178
<i>I. El dolor de vivir la ciudad</i>	180
<i>II. Potencial filosófico-crítico de la dialéctica de la imagen para el análisis de la reificación</i>	199
<i>III. Las imágenes, los espacios y el andar cotidiano; un paseo por la alienación, el fetichismo de la mercancía y la cosificación</i>	225
<i>IV. El centro comercial como templo del consumo y la reificación</i>	248
<i>V. Dinero, ideología y cinismo</i>	278
<i>VI. Introversiones en torno al consumo. Una cita con Jorge Veraza</i>	285
CAPÍTULO IV. EL CORTE REVOLUCIONARIO. ALTERNATIVAS FRENTE A	
LA CONCIENCIA REIFICADA	296
<i>I. El neoliberalismo como culmen de la reificación</i>	300
<i>II. Trascendencia de la lucha social</i>	331
<i>III. Subvirtiendo la conciencia reificada. Disyuntivas y Tres casos</i>	360
- Algunas disyuntivas previas	
- Monedas sociales	
- Banca ética	
- La Constituyente Ciudadana y Popular	
<i>IV. Algunas reflexiones sobre la crisis moral del capitalismo contemporáneo</i>	402
<i>V. Hacia una nueva semántica del socialismo</i>	413
CONCLUSIÓN INTEGRAL	427
REFERENCIAS	450

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. <http://ciudadintima.blogspot.mx/2010/07/domingo-en-la-alameda-iii.html>

visitado el 10 de diciembre de 2013.

Imagen 2. <http://teoriados.blogspot.mx/2006/10/ejemplos-de-exmenes-y-parciales.html>

visitado el 10 de diciembre de 2013.

Imagen 3. <http://soytotalmentepalacio.com.mx/conoce/historia> visitado el 10 de diciembre de 2013.

Imagen 4. <http://www.grupovyg.com/galeria> visitado el 17 de diciembre de 2013.

Imagen 5. http://www.palgrave-journals.com/udi/journal/v13/n4/fig_tab/udi200831f2.html

visitado el 17 de diciembre de 2013.

Imagen 6. Lida, 2009, pp. 136 y 137.

Imagen 7. Casasola, 1976. Tomo I.

Imagen 8. Casasola, 1976. Tomo I.

Imagen 9. <https://ciudadanosenred.com.mx/el-paseo-de-la-viga/> visitado el 16 de junio de 2014.

Imagen 10. <http://www.relewis.com/gavarni-casseroles.html> visitado el 16 de junio de 2014.

Imagen 11. Casasola, 1976, Tomo I.

Imagen 12. <http://news.urban360.com.mx/99863/por-las-calles-de-la-ciudad-sombreros-tardan/> visitado el 20 de junio de 2014.

Imagen 13. Fondo Cultural Banamex, 1993, p. 69.

Imagen 14. Casasola, 1976, Tomo I.

- Imagen 15. <http://www.mexicoenfotos.com/antiguas/distrito-federal/ciudad-de-mexico/MX12513320621737> visitado el 20 de junio de 2014.
- Imagen 16. Casasola, 1976, Tomo I.
- Imagen 17. Casasola, 1976, Tomo II.
- Imagen 18. http://pueblaheroica.blogspot.mx/2012_08_01_archive.html Visitado el 19 de diciembre de 2013.
- Imagen 19. <http://blog.mexicodestinos.com/2012/09/lugares-turisticos-en-guanajuato/> visitado el 19 de diciembre de 2013.
- Imagen 20. Casasola, 1976, Tomo I.
- Imagen 20a. Colección Particular Alfredo García Galindo.
- Imagen 21. Composición a partir de imágenes obtenidas de: <http://miguelangelmoralex-bitacora.blogspot.mx/2010/08/colores-de-puebla.html> ,
<http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=319029&page=5> y
<http://megaconstrucciones.net/?construccion=puebla> visitados el 31 de diciembre de 2013.
- Imagen 22. <http://forum.skyscraperpage.com/showthread.php?t=147868&page=24> visitado el 14 de enero de 2014.
- Imagen 23. Composición a partir de imágenes de Colección Particular Alfredo García Galindo.
- Imagen 24. Colección Particular Alfredo García Galindo.
- Imagen 25. <http://www.antiques-france.co.uk/galerie-d-orleans-au-palais-royal--gravure-19eme-siecle-346-O> visitado el 23 de enero de 2014.
- Imagen 26. Colección particular Alfredo García Galindo.
- Imagen 27. Composición a partir de imágenes de Colección Particular Alfredo García Galindo.

Imagen 28. Composición a partir de imágenes de Colección Particular Alfredo García Galindo.

Imagen 29. Composición a partir de imágenes de Casasola, 1976, Tomo II.

Imagen 30. Colección Particular Alfredo García Galindo.

Imagen 31. Composición a partir de imágenes obtenidas de

<http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=595779&page=221> y

<http://www.guiadelcentrohistorico.mx/kmcero/el-centro-fondo/hoteles-con-historia-e-historias> visitados el 14 de enero de 2014.

Imagen 32. <http://www.hotelsearch.com/hotels/hotel-chateau-des-magnans-jausiers/1nr5j5.en.html> visitado el 1 de enero de 2014.

Imagen 33. Gamboa, 2004.

Imagen 34. Composición a partir de

<http://guadalajaraayeryhoy.blogspot.mx/2012/12/finales-del-siglo-xix-interior-de-las.html> visitado el 1 de enero de 2014.

Imagen 35. Casasola 1976, Tomo II.

Imagen 36. http://kilowatito2009.blogspot.mx/2013_03_01_archive.html visitado el 20 de abril de 2015.

Imagen 37. Composición a partir de <https://maps.google.com.mx/maps> y Proal y Charpenel, 1998, p. 69.

Imagen 38. Composición a partir de imágenes de Casasola, 1976, Tomo II.

Imagen 39. Composición a partir de imágenes de Casasola, 1976, Tomo II.

Imagen 40. Charles B. White, Archivo General de la Nación, en: García, 2005, p. 80.

Imagen 41. <http://www.mexicoenfotos.com/antiguas/distrito-federal/ciudad-de-mexico/MX12513320621737> visitado el 20 de junio de 2014.

Imagen 42. Casasola, SINAFO-Fototeca Nacional INAH en: García, 2005, p. 98.

- Imagen 43. Composición a partir de imágenes de Casasola, 1976, Tomo IV.
- Imagen 44. Composición a partir de imágenes de Casasola, 1976, Tomo IV.
- Imagen 45. Archivo General de la Nación, Fondo Enrique Díaz, Delgado y García. En: García, 2005, p. 126.
- Imagen 46. Pedro Guerra Aguilar, Facultad de Ciencias Antropológicas/Universidad de Yucatán. En García, 2005, p. 114.
- Imagen 47. Colección Julio Romo. En García, 2005: 127.
- Imagen 48. Casasola, 1976, Tomo IV.
- Imagen 49. Casasola, 1976, Tomo IV.
- Imagen 50. La Ciudad de México en el tiempo
<https://www.facebook.com/laciudaddemexicoeneltiempo?fref=ts> visitado el 22 de junio de 2014.
- Imagen 51. La Ciudad de México en el tiempo
<https://www.facebook.com/laciudaddemexicoeneltiempo?fref=ts> visitado el 22 de junio de 2014.
- Imagen 52. Casasola, Fondo Casasola, SINAFO-Fototeca Nacional INAH. En García, 2005, p. 167.
- Imagen 53. La marcha del progreso, Fondo Díaz, Delgado y García, Archivo General de la Nación. En García, 2005, p. 180.
- Imagen 53a.
https://en.wikipedia.org/wiki/20th_Century_Limited#/media/File:NYC_Hudson2.jpg visitado el 5 de marzo de 2016.
- Imagen 54. Composición a partir de Colección particular Rafael Fierro. En
<http://polancoayeryhoy.blogspot.mx/2011/03/el-pasaje-comercial.html> visitado el 25 de enero de 2014.

Imagen 55. Lida, 2009.

Imagen 56. Los buenos vecinos. Fondo Presidente Manuel Ávila Camacho. Archivo General de la Nación. En García, 2005, p.215.

Imagen 57. Lida, 2009.

Imagen 58. <http://www.filmaffinity.com/es/film300612.html> visitado el 7 de junio de 2015.

Imagen 59. Casasola, 1976, Tomo IV.

Imagen 60. Ramos, 2001, p. 311.

Imagen 61. Colección Armando Bartra. En García, 2005, p. 183.

Imagen 62. La Ciudad de México en el tiempo

<https://www.facebook.com/laciudaddemexicoeneltiempo?fref=ts> visitado el 8 de junio de 2015.

Imagen 63.

<http://blsciblogs.baruch.cuny.edu/his1005fall2010/files/2010/11/wpc1007Northgate.jpg> visitado el 24 de enero de 2014.

Imagen 64. <http://saidretro.blogspot.mx/2011/11/plaza-universidad-la-plaza-de-mis.html> visitado el 24 de enero de 2014.

Imagen 64a. La Ciudad de México en el tiempo

<https://www.facebook.com/laciudaddemexicoeneltiempo/photos/> visitado el 23 de febrero de 2016.

Imagen 64b. La Ciudad de México en el tiempo

<https://www.facebook.com/laciudaddemexicoeneltiempo/photos/> visitado el 23 de febrero de 2016.

Imagen 64c. La Ciudad de México en el tiempo

<https://www.facebook.com/laciudaddemexicoeneltiempo/photos/> visitado el 23 de febrero de 2016.

Imagen 64d. La Ciudad de México en el tiempo

<https://www.facebook.com/laciudaddemexicoeneltiempo/photos/> visitado el 23 de febrero de 2016.

Imagen 65. <http://lebarra.wordpress.com/2013/02/22/> visitado el 26 de enero de 2014.

Imagen 66. <http://www.urbanfreak.net/showthread.php/14219-los-10-centros-comerciales-mas-grandes-de-M%C3%A9xico-!!!/page2> visitado el 26 de enero de 2014.

Imagen 67. <http://revisionesgdl.com/2013/11/10/los-creadores-de-la-guadalajara-vertical/> visitado el 11 de octubre de 2014.

Imagen 68. https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Baudelaire_crop.jpg visitado el 19 de octubre de 2014.

Imagen 69. Colección particular Alfredo García Galindo.

Imagen 70. Casasola, 1976, Tomo II.

Imagen 71. https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Klee,_Angelus_novus.png visitado el 19 de octubre de 2014.

Imagen 72: Colección particular Alfredo García Galindo.

Imagen 73. <http://www.musclecarandcorvettenationals.com/> Visitado 3 de junio de 2015.

Imagen 74. <http://www.boredpanda.com/vintage-ads/> visitado el 19 de octubre de 2014.

Imagen 75. <http://blog.fusiontribal.com/vicky-form-btl/#axzz2wll7OwYc> 22 de marzo de 2014.

Imagen 76. Revista Vanidades Año 54, No. 7, 26 de marzo de 2014.

Imagen 77. <http://www.eluniversaldf.mx/coyoacan/nota29787.html>

Imagen 78. Colección particular Alfredo García Galindo.

Imagen 79. <http://www.vagon293.es/moda/ninas-o-mujeres/> visitado el 19 de octubre de 2014.

Imagen 80. Colección particular Alfredo García Galindo.

Imagen 80a. <https://www.youtube.com/watch?v=xBCaOwTDdQg> visitado el 17 de febrero de 2016.

Imagen 81. <https://www.flickr.com/photos/k-kat/5350132013> Visitado el 22 de mayo de 2015.

Imagen 82. Colección particular Alfredo García Galindo.

Imagen 82a. Revista Caras, septiembre de 2015.

Imagen 83. <http://masaryk.tv/71359/inauguracion-de-tory-burch-en-antara-polanco> visitado el 29 de noviembre de 2014.

Imagen 84. Composición a partir de imagen de Colección Alfredo García Galindo e imagen del sitio oficial de la marca <http://www.littlethinkers.mx/> visitado el 19 de octubre de 2014.

Imagen 85. Colección particular. Alfredo García Galindo.

Imagen 86. <http://listado.mercadolibre.com.mx/playera-naco-dados-verde> visitado el 19 de octubre de 2014.

Imagen 87. <http://www.protagon.gr/?i=protagon.el.tags&t=mykonos> visitado el 23 de octubre de 2014.

Imagen 88.

http://www.iqgroup.com.mx/estacionamiento_de_pago/sistema_equipo_came.asp visitado el 4 de junio de 2015.

Imagen 88a. Fotograma obtenido de <https://goo.gl/GB0VbB>

Imagen 89. <http://www.chilango.com/ciudad/nota/2014/08/05/7-puntos-para-detestar-santa-fe> visitado el 19 de octubre de 2014.

Imagen 90. Colección particular Alfredo García Galindo.

Imagen 91. Colección particular Alfredo García Galindo.

Imagen 92. <https://www.flickr.com/photos/presidenciamx/12103870184/in/photostream/>
visitado el 4 de junio de 2015.

Imagen 93. <http://www.alvolante.info/nacionales/el-sabado-en-el-metro-pantitlan-del-df/>

Imagen 94. http://www.sexovida.com/arte/pere_lachaise.htm visitado el 4 de junio de 2015.

Imagen 95. <http://www.archdaily.mx/mx/623909/the-star-andrew-bromberg-of-aedas/5384f80ec07a8044af0000d8> visitado el 4 de junio de 2015.

Imagen 96. Colección particular Alfredo García Galindo.

Imagen 97.

http://www.economiasolidaria.org/noticias/fiare_el_proyecto_de_banca_etica_en_espaa visitado el 4 de junio de 2015.

Imagen 98. <http://constituyenteciudadana.org/> visitado el 4 de junio de 2015.

Imagen 99. Colección particular Alfredo García Galindo.

INTRODUCCIÓN

El capitalismo es la forma de organización socioeconómica, política y cultural dominante desde hace tres siglos, durante los cuales, la lógica del beneficio económico se convirtió en la principal directriz psicológica y subjetiva para la mayoría de los grupos humanos. Desde este contexto, la convivencia de los individuos en las sociedades se ha ido desarrollando bajo la influencia de un marco de principios que obtuvo de los valores liberales su principal lineamiento para la acción práctica, aun cuando ocurrieron divergencias y sincretismos ante las tendencias culturales regionales y las cosmovisiones previamente existentes. Al final, los efectos de esta convivencia en la praxis social supuso la potenciación de los intereses de la burguesía como clase que fue emergiendo como la económicamente dominante, lo cual condujo a la potenciación de la estructura valorativa del capitalismo, la cual integra así principios como el respeto irrestricto a la propiedad privada, la noción mercantilizada del bienestar y el derecho a un consumo ilimitado.

Bajo este tipo de consideraciones, en este trabajo partiremos con la elaboración de un marco teórico con el que identificaremos cómo la reificación, enquistada como directriz subjetiva de la conciencia, fundamenta dicha estructura para resultar en una manera particular del sujeto de percibir la realidad y de vivir las relaciones sociales, y cuyo fundamento histórico se encuentra en la definición del capitalismo mercantil como modo de producción dominante. Analizaremos también los procesos socioculturales que tienen sus efectos en la vida material de los individuos, los cuales se exteriorizan en fenómenos como la pobreza, la concentración del ingreso, el consumismo y la degradación ambiental; al

vincular esas realidades con los ámbitos anímico y simbólico, identificaremos diversas situaciones de conflicto psíquico y social.

Entendemos en principio a la reificación como el proceso de la conciencia por el que las relaciones y las prácticas humanas son reducidas a objetos (cosificación), lo que redundaría en que las actividades de los individuos sean tratadas como una cosa inerte, como si no fueran personas quienes establecen ese acercamiento relacional (alienación); a su vez, la reificación implica también el proceso por el que las mercancías son vistas por los individuos como dotadas de tantos valores y significados, que adquieren una vitalidad más allá de su sentido estrictamente material (fetichismo de la mercancía). En suma, la reificación es un proceso psicológico, social y cultural inserto en un medio social en condiciones de capitalismo; a través del mismo se genera una constante cosificación y alienación de los individuos en un entorno de fetichización de los objetos.

Estas ideas iniciales refieren la decisión de poner como título a esta tesis. “Reificación y conciencia. Una reflexión crítica sobre el capitalismo contemporáneo en México.” Quisimos con ello dar cuenta de la referencia general hacia la que apuntan nuestros intereses investigativos, es decir, a un fenómeno que se presenta también como proceso caracterizado por el dominio de la lógica instrumental del capitalismo, potencializado actualmente ya no sólo como modo de producción sino también como una praxis sustentada en principios y valores particulares.

La idea de señalar en el título el vocablo “conciencia”, se debe a que es en el plano de la subjetividad en el que la propia reificación se adhiere, de tal modo que la noción del mundo contemporáneo bajo condiciones de capitalismo termina por ser para la conciencia

del individuo, la realidad en sí misma. Con el paso de los apartados de esta misma investigación es como se observa que, en efecto, las condiciones de la reificación como fenómeno histórico y sociocultural, se proyectan sobre la pantalla de la conciencia para la generación de una realidad aparente.

Apuntamos en el título, por último, que se trata de una reflexión crítica sobre el capitalismo en México, debido al marco espacial en el que nos enfocamos en el propio trabajo. Si bien estudiamos en su momento otros contextos geográficos, nuestro país es el foco fundamental de atención; para ello nos ocupamos en dar un especial tratamiento a la Ciudad de México como espacio urbano por antonomasia para la revisión de los efectos de la evolución del capitalismo en nuestro país.

Planteamiento del problema

A partir del concepto reificación -el cual analizaremos con mayor profundidad en su sentido etimológico-, consideramos que el capitalismo contemporáneo se sostiene en una estructura simbólica y axiológica que requiere para su reproducción de la morfología relacional entre la alineación, el fetichismo de la mercancía y la cosificación de las personas. La importancia del consumo progresivo para este proceso permite identificar la permanencia de relaciones asimétricas en las que los consumidores participan masivamente en la actividad de mercado, más allá de sólo cubrir sus necesidades materiales inmediatas.

Esto se debe a que el consumo como sinónimo de bienestar se encuentra tan introyectado en nuestras sociedades que la reificación se define entonces como factor sustancial del mismo proceso de intercambio capitalista, de la forma en que lo indicaron

inicialmente Karl Marx y Georg Lukács. De este modo, el proceso de concentración de plusvalor (la ganancia, en términos de la economía política) en sectores sociales específicos, es una condición que no sólo nutre al sistema sino que también tiene como remanente el empobrecimiento de otros sectores poblacionales aun cuando éstos se encuentren en puntos geográficos distantes. Es en ese sentido que la pertinencia de la categoría reificación para este trabajo es la de identificar los mecanismos psíquicos y sociales que determinan la conciencia y que se presentan como rasgos de las relaciones capitalistas; esto supone una despersonalización que se internaliza en la subjetividad humana de los individuos.

Aclarando entonces el camino que seguirá esta investigación, en el primer capítulo nos enfocaremos en el análisis teórico de la reificación confrontando diversas posturas teóricas y metodológicas, lo que nos permitirá efectuar una propuesta personal más acabada acerca del efecto en la conciencia de la propia reificación. Es así que dicho capítulo plantea algunas de las particularidades epistemológicas que justifican a la conveniencia del concepto reificación para realizar el análisis crítico de la contemporaneidad capitalista.

En el segundo capítulo estudiaremos el proceso histórico y sociocultural ocurrido en México ante la generalización del liberalismo burgués como un constructo ideológico que a su vez sentó las bases para el establecimiento del capitalismo en su posición de modo de producción dominante hasta nuestros días. Será así que realizaremos una descripción del desarrollo de las formas y espacios de consumo en entornos urbanos (en particular en la Ciudad de México) partiendo desde el periodo del México virreinal hasta llegar a lo que se verifica en el presente.

En el capítulo tres realizaremos una reflexión de orden filosófico en la que también involucraremos ámbitos de interés de la literatura, la sociología y la psicología, esto con el objetivo de identificar cómo fue que la afirmación de diversos principios que hoy se consideran insoslayables como son la libertad de comercio, la igualdad jurídica o el consumo, generó nuevas manifestaciones de exclusión, particularmente de origen económico, lo cual a su vez fue la génesis de diversos fenómenos de orden psicológico y social que en nuestros días son aún más acuciantes y que también se manifiestan en la forma como los individuos nos relacionamos entre nosotros, con el espacio urbano, con el consumo y con las mercancías.

Si bien hasta ese punto todo parecerá apuntar a una situación poco esperanzadora, en el capítulo cuatro enfatizamos que aun cuando los procesos de reificación generen esquemas de valores que dificultan enormemente una convivencia de mayor cuño humano, no eliminan por completo los escenarios posibles de contra-discurso que se expresan en opciones de organización diferentes a las típicas del capitalismo de mercancías. Será así que tras plantear el estado de cosas que guardan las opciones liberadoras en la actualidad, describiremos algunas experiencias organizativas que en nuestra opinión plantean escenarios de convivencia distintos a los determinados por la conciencia dominada por una lógica del consumo irracional y degradador del medioambiente.

Como puede verse, nuestra investigación cubre cuatro momentos distintos; el primer capítulo supone un análisis teórico de la reificación, el segundo es una revisión histórica del mismo fenómeno en México, el tercero es un ejercicio sociofilosófico y el cuarto es un diagnóstico de las posibilidades de emancipación así como de las alternativas que muestran,

en nuestra opinión, potencial para subvertir en mayor o menor medida las manifestaciones subjetivas y materiales de la propia reificación.

En suma, se procura que el resultado sea un documento que no se quede en el plano descriptivo sino que privilegie la interdisciplinariedad entre diversas materias y teorías para que los esquemas resultantes sean confirmados a través de la objetividad fenoménica, porque finalmente, nuestra idea es que si de suyo las condiciones socioeconómicas y culturales del mundo están provocando que muchos grupos humanos busquen organizarse de manera alterna a un sistema global que los excluye, más deseamos nosotros percibir la base ética que justifica sus estrategias, identificando a su vez el marco teórico que nos permitirá comprender su presencia para fomentarlos como opciones posibles y necesarias frente a la realidad subjetiva que da pie a la normalización de dichas exclusiones. Es importante afirmar de antemano que dicha realidad subjetiva se encuentra inserta de tal modo en nuestra conciencia, en nuestras representaciones mentales, principios y valores, que su identificación requiere de un complejo ejercicio crítico y más aún lo exige el planteamiento de escenarios sociales y personales alternativos.

Justificación

La relevancia de este trabajo se basa en la conveniencia del análisis de la reificación para la comprensión cabal del capitalismo contemporáneo, así como de los fenómenos sociales y psicológicos en los que incide. Dado que se trata de un fenómeno de orden planetario, el capitalismo afecta todos los órdenes de la existencia; de ahí la trascendencia de comprenderlo como una realidad que exige la generación de interpretaciones desde la academia, que se enfoquen en su funcionamiento y en su efecto sobre la vida material y la

conciencia de las personas, así como en las dimensiones ética y axiológica como ámbitos insoslayables a la hora de plantear alternativas de organización política, social y económica.

Vinculado con lo anterior, consideramos que esta investigación promoverá la urgencia de que los espacios universitario e intelectual amplíen su interés en estos factores que nos hablan de manera directa de conflictos y agravios de orden estructural que, por mucho, no han sido resueltos en nuestro mundo globalizado, en buena medida por el creciente abandono de los esquemas éticos que pudieran favorecer un crecimiento moral de los modelos de reproducción material que hasta hoy han imperado a escala planetaria, los cuales, a su vez, han fomentado una lógica del mercado que permea la totalidad de las esferas de la existencia humana. En este sentido, nuestra propuesta de investigación también es pertinente como crítica a la justificación del estado de cosas actual, el cual exige que la solución de todos los retos humanos se limite a que los gobiernos del mundo entero sintonicen su quehacer de acuerdo con lo que exigen las instancias globales de poder económico.

Aún con lo anterior, nuestro trabajo evitará la crítica a ultranza al capitalismo como sistema que se adhiere a todas las áreas de la experiencia humana, porque no obstante que evidenciamos en todas sus letras los orígenes de las iniquidades observadas, mantendremos distancia de posiciones meramente doctrinales. Esto porque la intención es que sea muy concreto el análisis más allá de que estos temas se encuentren a menudo en el discurso de la llamada opinión pública y particularmente de la clase política formal. Precisamente el hecho de que nuestra aspiración sea realizar una crítica objetiva del sistema es por lo que nos enfocaremos en sus efectos psicológicos y sociales especificando los alcances prácticos de las propuestas que realicemos, las cuales, por su carácter como contradiscursos,

aspiramos a que intervengan no sólo en el ámbito de la vida material de los grupos humanos, sino igualmente en esa esfera psíquica que también sufre los efectos de las tendencias actuales.

Cabe señalar que en lo que se refiere al campo de observación, hemos decidido enfocarnos en el análisis de la reificación en entornos urbanos, en particular en el contexto de la Ciudad de México, porque las manifestaciones de la convivencia social en un entorno semejante son las que con mayor fuerza expresan los fenómenos que nos interesan y es, además, precisamente en este tipo de espacios en donde el asentamiento del capitalismo mercantil y de las relaciones sociales que le son propias, se manifiestan con mayor claridad.

Preguntas de investigación

En concordancia con nuestro problema y nuestros objetivos, tenemos las siguientes preguntas que guiarán esta investigación:

1. ¿Qué debemos entender por reificación como concepto y como categoría crítica?
2. ¿Cómo ha sido el desarrollo histórico de la reificación en entornos como la Ciudad de México?
3. ¿Cómo se explica el vínculo entre la reificación y los valores promovidos por el capitalismo como riqueza, propiedad privada, derecho al consumo y bienestar y cómo ello se manifiesta en la cotidianeidad?
4. ¿Es la reificación un proceso o tendencia que agudiza sus efectos en el capitalismo de nuestros días?
5. ¿De qué manera estos mismos valores se fundamentan y a su vez reproducen fenómenos como la exclusión, la marginación, la pobreza y la confrontación social?

6. ¿Si es que existen, cómo funcionan las alternativas políticas, organizacionales o comunitarias que subvierten en mayor o menor medida los procesos de reificación y los fenómenos vinculados con ella?

Objetivo general

Analizar el fenómeno de la reificación en México en su sentido teórico, histórico y sociofilosófico, para que de ese modo emerjan no sólo sus contradicciones inherentes, sino también los valores y discursos de legitimación sobre los que descansa el sistema capitalista contemporáneo en su conjunto, todo lo cual los individuos asumen como parte integral de su conciencia; para ello pondremos especial énfasis en el fenómeno del consumo, en particular en ámbitos de vida urbana. Lo anterior nos llevará a indagar posturas críticas sobre ese escenario así como a describir algunas alternativas para subvertir, progresivamente, las tendencias de exclusión socioeconómica producidas por el mismo sistema así como las estructuras de subjetividad que caracterizan a la conciencia reificada. Ello nos permitirá plantear opciones de dignificación de la vida material y anímica de los habitantes de nuestras sociedades contemporáneas.

Objetivos particulares

1. Desentrañar el significado de la reificación en su nivel teórico y metodológico.
2. Elaborar una reconstrucción histórica que ilustre el proceso de asentamiento de la reificación en entornos urbanos en México.
3. Realizar un ejercicio sociológico y filosófico que vincule dicho proceso histórico con la realidad contemporánea.

4. Sustentar que las subjetividades, valores y contenidos de la conciencia sobre los que descansa la reificación, colaboran en la agudización de la exclusión socioeconómica y del conflicto social.
5. Mostrar a la reificación como un proceso que se acentúa en el contexto del capitalismo contemporáneo, lo cual tiene evidencia en las formas de convivencia, en los mecanismos de consumo y en las relaciones sociales en una urbe como la Ciudad de México.
6. Analizar las alternativas que tienen potencial para subvertir el escenario planteado, tanto desde una dimensión crítica y teórica como desde los ámbitos de la ciudadanía misma.
7. Argumentar que dichas alternativas son deseables y necesarias para favorecer la dignificación de las sociedades actuales.

Hipótesis

La reificación -entendida como proceso de la conciencia determinado por la alienación, el fetichismo de la mercancía y la cosificación de las personas- ha tenido un desarrollo histórico en México que puede ser rastreado hasta nuestros días en fenómenos como la violencia simbólica, el consumismo y el afán de lucro, como puede verse en la convivencia cotidiana en urbes como la Ciudad de México. Estas circunstancias fomentan las contradicciones estructurales del capitalismo cuyos costos sociales se expresan en aspectos como la pobreza, la marginación, la confrontación social y la debacle medioambiental. Pese a ello, existen posturas teóricas y opciones de organización política, económica y social que son alternativas viables para revertir gradualmente tanto la reificación como los fenómenos de exclusión implicados, lo cual es éticamente imperativo

promover para abrir brechas de dignificación humana para sociedades contemporáneas como la mexicana.

Antecedentes

A continuación señalamos algunas de las obras que puede considerarse como esfuerzos equivalentes en el tratamiento de nuestros temas. No obstante, tratándose nuestro trabajo de un texto que realiza un recorrido claramente interdisciplinario, señalamos dichas obras considerando que corresponden a capítulos específicos de nuestra investigación pues no hemos identificado hasta el momento de esta redacción algún trabajo cuyo paralelismo sea completo.

Asumiendo que trataremos en primera instancia el tema de la reificación como concepto y categoría, una obra fundamental es el “Diccionario de pensamiento marxista” editado por Tom Bottomore; en esta obra se trata este asunto bajo una metodología muy provechosa para nuestra investigación porque sintetiza algunas de las principales reflexiones vertidas durante el siglo XX, en el seno de la propia escuela marxista acerca del sentido literal y operativo de dicha categoría de análisis. Podría pensarse en forma inmediata que la obra “Historia y conciencia de clase” de Georg Lukács es un antecedente de nuestra investigación; y sí que lo es, no obstante, hemos decidido comentarlo en el estado de la cuestión, toda vez que el tratamiento actual de la reificación como categoría inserta en la escuela marxista supone inevitablemente la recuperación del trabajo de Lukács, dado que fue él quien acuñó el término bajo el enfoque con el que nosotros primeramente lo abordamos.

Otra obra trascendental para nuestra investigación es “Dialéctica de la mirada. Walter Benjamin y el proyecto de los pasajes” de Susan Buck-Morss. Este trabajo nos lleva a la “imagen dialéctica” como categoría fundamental, ya que permite la identificación de contenidos simbólicos insertos en la realidad social bajo condiciones de capitalismo de mercancías, los cuales pueden ser evidenciados en la experiencia cotidiana a través de la interacción entre evidencia material y observador. Ese proceder epistemológico característico del trabajo de Walter Benjamin es lo que la autora destaca en su ensayo; no sólo la morfología del ser burgués sino también el impacto psicológico y anímico inserto en ello; sus manifestaciones en el día común del habitante de las grandes urbes. Se trata, en suma, del esfuerzo por identificar las fuentes de las antinomias burguesas, las cuales mantienen, como veremos en este trabajo, una dinámica actualidad debido a que las condiciones fenoménicas a las que Benjamin se enfrentó, son la génesis de las condiciones imperantes en un contexto contemporáneo de capitalismo global.

Otro de los trabajos que nos sirve como inspiración teórica fundamental es “Reificación. Un estudio en la teoría del reconocimiento” de Axel Honneth. La obra recoge algunos de los principales lineamientos que nos interesa tratar, proveyendo elementos teóricos que enriquecen el marco que se requiere y es, a un mismo tiempo, un texto que plantea la reflexión normativa que a nosotros nos mueve. Honneth analiza las sutiles diferencias en la forma como abordan la reificación Georg Lukács, Martin Heidegger y John Dewey. Posteriormente se enfoca en el tema del “reconocimiento”, aspecto que representa su aporte particular en el sentido de que dicho reconocimiento supone el revés de la conciencia reificada y consiste en la necesidad de que los humanos nos impliquemos existencialmente con nuestros semejantes, recuperando el descentramiento de nuestra propia perspectiva que en nuestra infancia más temprana era del todo egocéntrica. En otras

palabras, Honneth propone que la aspiración de un mundo mejor debe pasar por la recuperación de nuestro ser social desde una postura de implicación con el otro, porque para él,

Colocarse en la perspectiva de la segunda persona exige el adelanto de una forma de reconocimiento que no puede aprehenderse completamente en conceptos cognitivos o epistémicos, porque contiene siempre un momento de apertura, entrega o amor involuntarios... [ya que] ...antes de todo conocimiento posible sobre los estados de sensibilidad de otro sujeto debe haber en primer lugar una cierta postura por la cual me siento como si estuviera incluido existencialmente en su mundo de sensaciones. Una vez realizado tal “movimiento” –con lo que se ha establecido una cierta forma de unión con el otro-, asimilo las expresiones de sus sensaciones como reclamos -que lo son por su contenido- dirigidos a mí, para que reaccione de cierta manera. [Es así que]...el reconocimiento debe en general preceder al conocimiento en el campo del accionar social. (Honneth, 2006, pp. 69, 77 y 79)

Para Honneth, la reificación es un “olvido del reconocimiento” que en el contexto de nuestro mundo contemporáneo tiene diversas fuentes de asentamiento como son las de orden económico, social y cultural, las cuales tienen efecto en la conciencia del individuo, de tal modo que existiría algo así como una “autorreificación”. En suma, el trabajo de Honneth contiene una directriz en su enfoque que no sólo se ocupa del tema específico de lo que deseamos tratar en la parte teórica de nuestro trabajo, también nos provee de una base normativa que nos apoyará en las reflexiones acerca de los contenidos simbólicos y axiológicos que se manifiestan en entornos de capitalismo, introspección necesaria para desde ahí proyectar ámbitos de convivencialidad que atieren las urgencias humanas actuales y que sean también modelos para la vida social y comunitaria.

Otra obra toral para nuestra investigación que a su vez puede señalarse como un antecedente en lo que se refiere a buena parte de las inquietudes expresadas es “Subsunción real del consumo al Capital. Dominación fisiológica y psicológica en la sociedad contemporánea”, de Jorge Veraza Urtuzuástegui. El autor se vale de un enfoque dinámico y multitemático para asentar su idea de que en el mundo contemporáneo asistimos a lo que él define con el propio título de su libro. Con este entendido, el dominio que ejerce el capital sobre el factor trabajo no sólo se verifica en el proceso de producción sino también en el momento del consumo en un entorno de mercado mundial globalizado.

Uno de los factores que determinan semejante control, tanto material como de la conciencia, es el del sometimiento del potencial revolucionario del proletariado, aspecto que, curiosamente, no se da por el hecho de que el socialismo real haya colapsado sino, paradójicamente, en la peculiaridad de que en realidad el bloque encabezado por la Unión Soviética jamás fue una encarnación legítima de las aspiraciones emancipadoras de teóricos revolucionarios como el propio Karl Marx, sino fue un mero artificio fomentado por el capitalismo para justificar la depredación planetaria en la que se había montado desde el siglo XIX. El culmen de esta falsa bipolaridad fue la llegada del neoliberalismo como expresión extrema del capitalismo mercantil, el cual se montó en las ruinas del muro de Berlín para gritar a los cuatro vientos el fin de las ideologías y la llegada de un nuevo paraíso de absoluta libertad para el capital, la propiedad privada y el consumo irrefrenable de mercancías, aun si ellas encarnan valores de uso destructivos como las armas, las drogas, los combustibles o los transgénicos.

Al enfocarse Veraza en una disección explicativa del fenómeno del consumo, también de paso justifica las luchas emancipadoras del presente ya que no sólo se trata de la

reversión de un modo de producción materialmente crítico y expoliador sino también de una subjetividad adherida a dicho modo de producción y expresada por ese consumo que profundiza el sometimiento integral del ser humano. Esas luchas (como el pacifismo, el ecologismo y la forma “comuna” de convivencia) son defendidas por Veraza como instancias que deben implicarse orgánicamente para hacer que el potencial revolucionario vaya por los distintos órdenes de la existencia humana agredidos por el capitalismo en todas sus versiones históricas, en particular por el contemporáneo que representa el neoliberalismo.

Estos aspectos de la obra de Veraza hacen que nuestra investigación coincida en buena parte con sus planteamientos y se sitúe como un antecedente teórico de suma valía; esto debido a nuestra intención de prestar especial atención a la forma como los individuos se relacionan con el consumo así como a nuestro anhelo por describir instancias de lucha por mundos posibles alternativos. Si bien Veraza no recurre al término reificación en forma explícita, expresa una equivalencia importante con su idea de un “fetichismo cósmico”, es decir, de un consumo contemporáneo vacío, automatizado, irracional y degradante del planeta que además superlativa el carácter de fetiche de los bienes y de cosas de los seres humanos, pues como él mismo señala “Ahora la moda se vuelve premisa objetiva y sistemática de la acumulación de capital, pero además, con su euforia y depresión constantes y alternadas, se convierte en la categoría general de la psicología social del capitalismo” (Veraza, 2008, p. 182) carácter que, además, también somete en su radio de influencia a prácticamente todas las creaciones de un mundo bajo condiciones de capitalismo, llámese tecnología, productos culturales, productos de consumo cotidiano y materias primas, es decir, todo un cuerpo material ordenado sistemáticamente de acuerdo

con la necesidad del capital de garantizar el ciclo completo de la cadena de producción y consumo.

Desde otra perspectiva, tenemos también el trabajo “La estetización del mundo. Vivir en la época capitalismo artístico”, de Gilles Lipovetsky y Jean Serroy. Esta obra coincide en enfocarse en diversos aspectos concretos de la experiencia en ámbitos de capitalismo contemporáneo que también son de nuestro interés; es el caso de la experiencia de compra, el consumo, la relación anímica del comprador con las mercancías o el peso creciente de los valores de mercado como directrices de la vida cotidiana. En particular, una pauta coincidente entre ese trabajo y nuestra investigación en lo que se refiere al poder seductor del consumo como marca de la contemporaneidad, está dada por lo que los autores llaman “capitalismo estético”, es decir, un modelo económico que se ha transmutado en una forma de vida y que se caracteriza por “el peso creciente de los mercados de la sensibilidad de los bienes y lugares comerciales, de integración generalizada del arte, del look y de la sensibilidad afectiva en el universo consumista” (Lipovetsky y Serroy, 2015, p. 9)

Si bien mantenemos una importante distancia respecto a algunos planteamientos expresados por Lipovetsky y Serroy (que en su momento señalamos), tenemos acuerdo con su noción de que el capitalismo actual se caracteriza por su capacidad de atraerlo todo al mundo de lo comercializable a través de mecanismos de orden psicoafectivo que, al menos en el contexto de la convivencia urbana en grandes urbes, funcionan como directrices para el comportamiento en sociedad para el consumidor cotidiano. Esto hace a los autores a afirmar que la existencia en estos términos, puede ser también definida como una modernidad que en todas sus aristas manifiesta el rasgo de una “hiperestetización” en el ámbito de lo disponible para los mercados y para la existencia misma en la convivencia

cotidiana, es decir, de una “generalización de estrategias estéticas con fin comercial en todos los sectores de las industrias de consumo” que ha formentado la aparición de un consumidor “...bulímico de novedades, de animaciones, de espectáculos, evasiones turísticas, experiencias emocionales, goces sensitivos: dicho de otro modo, un consumidor estético, o más exactamente, un consumidor transestético.” (Lipovetsky y Serroy, 2015, p. 21 y 50)

Por otra parte, en la idea de la crítica a los valores dominantes en un ámbito de capitalismo, recuperaremos textos como el de “Banca ética y ciudadanía”, de Pedro M. Sasía y Cristina de la Cruz; si bien el título del mismo puede darnos una idea demasiado restringida de su contenido, en realidad se trata de un análisis que nos parece muy en la línea del análisis crítico de la estructura valorativa propia del capitalismo, ya que los autores tocan el asunto de la actividad bancaria convencional, ejerciendo al mismo tiempo una crítica contundente de los cimientos sobre los que descansa el sistema económico dominante, los cuales en general recrudecen la afectación de la dignidad humana individual y social.

Basados en su reconocida trayectoria como analistas de la filosofía y de la ética, Sasía y de la Cruz exponen que el rescate de la justicia y de la dignidad material de las personas más desfavorecidas de nuestras sociedades, sólo puede pasar por una nueva forma de entender el compromiso cívico para contraponerlo a la posición inhumana de ese entramado social y económico que a menudo se refugia en una falsa filantropía que recrudece las condiciones de precariedad de enormes colectivos humanos, de tal manera que

El relativismo moral en la esfera de lo económico, ese que afirma que toda actividad económica tiene cosas buenas y malas, que reproduce resultados positivos y algunos daños colaterales asumibles y que todo depende de lo positivos que sean aquéllos y lo asumibles que sean éstos, no es una respuesta aceptable. No lo es tampoco la aproximación posibilista, que considera ciertos dogmas económicos como inamovibles y, en el mejor de los casos, trata de ajustar o modular los modelos de funcionamiento para minimizar algunos de sus efectos negativos. (Sasia y de la Cruz, 2008, p. 17)

Los autores también se enfocan en el asunto de cómo ha de plantearse la lógica de una nueva forma de entender la actividad bancaria así como de ámbitos directamente vinculados con ella como son los aspectos de la financiación, los costos y los tipos de crédito, y como dijimos, nosotros rescatamos además el sentido crítico de su análisis pues como ellos mismos señalan

La justicia es una exigencia moral que cobra tal sentido de exigencia precisamente ante la inmediata percepción de las injusticias en nuestras sociedades. Esas injusticias tienen de manera inequívoca un rostro: el rostro de quienes las padecen. Y esto les legitima y nos legitima a todos los demás a tratar de erradicarlas.

Nuestro punto de partida acepta entonces el disenso como el telón de fondo de esas exigencias de justicia. El imperativo de la disidencia, como recuerda Muguerza, consiste en *“la posibilidad de decir no a situaciones en las que prevalece la indignidad, la desigualdad o la falta de libertad”*... [así] los excluidos no son los únicos para los que se exige justicia en esa esfera económica, pero sí son los primeros a los que han de ir dirigidos los esfuerzos de intentar paliar las condiciones de desigualdad a las que injustamente se ven sometidos. (Sasia y de la Cruz, 2006, pp. 56 y 57)

Desde luego que existen otras obras que tratan desde una postura crítica al sistema económico dominante, pero como hemos dicho, se considerará el trabajo de estos autores como una pauta importante ya que deseamos hacer un ejercicio inductivo al objeto de

estudio tratado por ellos; esto permitirá que ejerzamos una valoración de los lineamientos axiológicos del capitalismo contemporáneo. Igualmente, expondremos una base teórica fundamental que argumenta en favor de la pertinencia de establecer nuevos mecanismos de convivencia.

Estado de la cuestión

En forma complementaria con el apartado anterior, el aparato discursivo que usaremos en esta investigación se sirve de diversas fuentes teóricas y metodológicas las cuales han tenido una presencia constante en diversas ciencias sociales como la sociología, la antropología, la historia y la economía. Esto hace referencia al hecho de que inevitablemente, nuestro trabajo tendrá una intención interdisciplinaria dado que tocamos muy diversos escenarios de la experiencia humana. En este sentido, ha sido muy copiosa la literatura en torno al tema del capitalismo, de los valores que lo sostienen y de la crítica al contexto de exclusión que genera; así, las perspectivas que se han ocupado de estas realidades han seguido muy diversas direcciones en lo que se refiere al diagnóstico de las circunstancias inherentes al sistema que provocan las tendencias que arriba describimos. Si pensamos que dicho diagnóstico cursa diversos derroteros, podemos suponer que las propuestas que se plantean como alternativas al sistema capitalista son aún más atomizadas como lo corroboramos con los trabajos primigenios que diversos estudiosos del siglo XIX plantearon cuando, en su momento, analizaron el entorno del capitalismo típicamente industrial en el que ellos vivieron.

En aquellos días, surgieron corrientes diversas que desde su propia confrontación ideológica mostraban la dificultad de articular alternativas sociales que aún no existían o

que en su momento eran bastante marginales, en otras palabras y haciendo una generalización inmediata, surgieron dos grandes tradiciones que fueron la base fundamental de los discursos críticos frente al sistema capitalista; por un lado el marxismo, con Karl Marx y Friedrich Engels a la cabeza, y por el otro, el anarquismo, con una gama de pensadores como Max Stirner, Joseph Proudhon, Aleksandr Herzen, Mijkail Bakunin o Piotr Kropotkin. De estas dos grandes ramas del pensamiento socialista se habrían de desprender en el futuro numerosas posturas, escuelas, planteamientos y estrategias; pero si nos remitimos al constructo básico de esas tradiciones, el objetivo fundamental en ambas era sustituir al sistema capitalista por una nueva lógica de las relaciones de producción que fuera la base de una sociedad igualitaria y sin jerarquías.

Como podemos observar, la intención primordial de los estudios de entonces coinciden con las aspiraciones de nuestros días por una sociedad más justa, igualmente, en la actualidad tenemos una serie de posturas teóricas que han aparecido con nuevos bríos en la escena teórica a la hora de realizar críticas al sistema y que parten de un diagnóstico que se centra en un consenso fundamental: el sistema capitalista es crítico en sí mismo; por ello, la solución de las grandes cuestiones socioeconómicas debe pasar por la dignificación de las actividades de intercambio que se verifican entre los individuos y por el establecimiento de relaciones productivas concebidas no sólo como formas alternas a la actividad capitalista de mercado sino aún a costa de la misma.

Lo anterior lo hemos referido respecto al camino por el que se conduce la discusión sobre los efectos prácticos del sistema en su conjunto, pero ahora veamos a grandes rasgos otro aspecto esencial para nuestro trabajo en lo que se refiere a la situación de los estudios que prevalecen en la actualidad sobre estos temas: enfocándonos en el estado del análisis de

la reificación, la palabra es constantemente utilizada como categoría de trabajo cuando de investigaciones en sociología y filosofía se trata; particularmente, son los estudios realizados desde la teoría crítica los que a menudo recurren a este rótulo debido a que los investigadores comprometidos con esa postura han asumido lo que en su momento la economía política decimonónica y la Escuela de Frankfurt dieron como válido; a saber, los procesos y fenómenos ya descritos arriba de la cosificación, de la alienación y del fetichismo de la mercancía.

La importancia de estas discusiones para la actualidad es que son parte fundamental de la interpretación de los procesos de reproducción social en una situación de capitalismo y, al mismo tiempo, continúan dando pie a las explicaciones de otras dimensiones de la vida humana como la ética y las de orden psicológico y social, las cuales, comúnmente quedan fuera de los intereses de quienes analizan al sistema simplemente como un modelo económico que debe satisfacer las necesidades materiales de los humanos. Es en parte esta circunstancia la que genera que dichas reflexiones queden más en el plano del interés académico mientras que en el mundo empresarial y político se dé mayor prevalencia a los temas de macroeconomía.

Como decíamos en nuestra justificación, el poco aliento dirigido a investigaciones sobre los efectos psicológicos y sociales del capitalismo –en comparación con los trabajos cuantitativos y descriptivos del mismo tema- ha dejado abierto un espacio que a menudo se llena con explicaciones estrictamente utilitaristas a pesar de que los temas de las precariedades contemporáneas hayan sido parte de la agenda pública de diversas instancias de gobierno y de numerosos corporativos desde hace muchas décadas. Por el contrario, nosotros deseamos seguir insistiendo en el interés general que los mismos adscritos a la

teoría crítica han tenido como uno de sus objetivos torales: el de que las disciplinas sociales sirvan para la emancipación del ser humano partiendo de que él mismo identifique las determinaciones, prejuicios y valores sobre los que descansa el sistema en la realidad cotidiana.

Es de destacar la consistencia de aspiraciones que dicha escuela ha tenido en el tiempo pues la posición de quienes hoy se adscriben a ella permanecen con la pauta de recuperar, muy al estilo de Walter Benjamin, lo “aún-no-real” como actitud subjetiva y como fundamento teórico dirigido por una capacidad de intervención creadora que supere el conocimiento abstracto. Dicha intervención creadora puede reconquistarse con la reflexión sobre la existencia cotidiana en términos de su causalidad negativa, es decir, en términos de las falacias bajo las que son limitadas las posibilidades humanas.

Para los teóricos críticos, la razón instrumental, potenciada en nuestros días por la globalización neoliberal se ha posado sobre los individuos y sobre las cosas a tal grado, que ha organizado un sistema de subordinación social y psíquica que es disfrazado por las generalizadas nociones de libertad y progreso. En fin, la inclinación compartida por los teóricos críticos sigue partiendo de un análisis riguroso de la crisis de la civilización contemporánea, lo que para Herbert Marcuse ya significaba una decadencia de los principios humanos que ha terminado por provocar la violencia, la opresión y la competencia rampante en las colectividades.

Frente a una realidad de este cuño, la única alternativa es fortalecer la negatividad asumida como proceso de intelección que armonice la teoría y la praxis. En este sentido, el primer paso para salir de nuestro presente histórico debe ser la desconfianza radical ante los

planteamientos de quienes detentan las estrategias y los mecanismos del poder, tanto económico, como político y mediático. Estos actores son el epítome del dominio de la razón técnico-instrumental la cual define su potencia llevando a un penetrante determinismo material de la existencia de tal manera que

El extrañamiento de la racionalidad, [es decir, la alienación de la razón], ha devenido en el factor más característico del sistema capitalista (...) El dominio de la razón-instrumental, definida por Horkheimer como aquella en la que no hay coherencia entre medios y fines, [se ha implantado] de tal manera que nos encontramos con poderosos y magníficos medios como, por ejemplo, tecnológicos o científicos para finalidades banales o meramente irracionales (Muñoz, 2009, p. 163).

Esta cita muestra otra de las dimensiones de la existencia humana que la teoría crítica atiende y que siguen siendo expresiones de los trances humanos que el modo de producción capitalista ha llevado a su manifestación más clara; a saber, que el uso fetichizado de la inventiva humana reproduce la tendencia hacia la mercantilización de las relaciones humanas y de los individuos mismos, quienes se ven subordinados a las exigencias del propio modo de producción.

Frente a lo anterior es que la exposición sintética de los intereses fundamentales de la teoría crítica nos permite confirmar que algunos de sus egregios integrantes, como el mismo Benjamin, expresan propuestas epistemológicas convenientes para nuestros objetivos de análisis. Desde luego, nos mantendremos pendientes durante el transcurso de la investigación de aquellos aparatos conceptuales, metodológicos o teóricos que puedan aportar mayor detalle a las interpretaciones que realicemos; en el apartado siguiente abundaremos en ello.

Marco teórico

La reificación, como categoría filosófica y sociológica desarrollada por Marx y por el marxismo posterior, es el fenómeno que evidencia con mayor claridad la pauta de cosificación de las sociedades en el capitalismo; en ello ocurre una superlativación del fetichismo pues la independencia que obtiene la mercancía llega al grado de lo sobrenatural e incluso, particularmente en el capitalismo en su etapa de consumismo extremo, puede alcanzar un nivel sublime pues los elementos simbólicos adheridos a los productos se han multiplicado de modos insospechados en comparación con lo observado en la etapa del capitalismo típicamente industrial de fines del siglo XIX.

Haciendo caso primeramente a un sentido operativo, asumimos la definición vertida en el Diccionario de pensamiento marxista editado por Tom Bottomore, en el cual se propone que la reificación es:

La transformación de propiedades, relaciones y acciones humanas en propiedades, relaciones y acciones entre cosas producidas por el ser humano, las cuales se han vuelto de tal manera independientes del ser humano (y, además, son imaginadas como originalmente independientes) que han terminado por gobernar su existencia con la consecuencia de que ahora su conducta se dirige por las leyes del mundo de las cosas. La reificación es un caso “especial” de alienación: es la más radical y dominante forma característica de la sociedad capitalista moderna (Bottomore, 2001, p. 463)¹

¹ Traducción hecha por nosotros.

Como podemos inferir a partir de esta cita, el tema de la reificación se ha desarrollado por la vía de diversos autores y escuelas de pensamiento, siendo vinculado con el concepto marxista de la alienación, el cual se refiere en general, al proceso de despersonalización de los individuos. Del mismo modo, el fetichismo de la mercancía y la cosificación son otros fenómenos que se relacionan con este entramado de análisis y abstracción del que los analistas adscritos a la teoría crítica han prestado especial atención desde el segundo tercio del siglo XX hasta nuestros días.

La alienación, según Marx, es el proceso por el cual los individuos se ven limitados en su voluntad por una fuerza externa de dominio representada por el Estado burgués y por el sistema capitalista, con todo y el contexto social que este último genera. En el caso del fetichismo de la mercancía, la observamos como el mecanismo psíquico por el que los productos adquieren una existencia independiente de sus propios creadores al asumir éstos como incontestable (aunque sea un proceso inconsciente), que las mercancías que ellos mismos crearon deben satisfacer necesidades ajenas definidas por el proceso de cuantificación que el valor de cambio determina.

Es así que la categoría alienación indica el fenómeno por el que los seres humanos pierden la noción de que el mundo de las cosas en realidad es creación suya, de que es el resultado de su trabajo. Esta forma de extrañamiento es, junto con el fetichismo de la mercancía y la cosificación de las personas, la base de la reificación en el sentido de que el individuo asimila equivocadamente –y casi siempre de manera maquinal– que toda la materialidad que le rodea pertenece legítimamente a los dueños del capital por lo que tendrá que trabajar con ahínco si es que desea adquirir esas mercancías siendo que éstas son fruto del trabajo agregado de miles de personas entre las cuales él mismo se encuentra. Marx

amplió el término para señalar que la alienación también supone que en el proceso de producción capitalista los trabajadores se aíslan unos de otros con lo que las afectaciones anímicas se incrementan.

En lo que se refiere al fetichismo de la mercancía, se trata del fenómeno social y psicológico por el que las mercancías adquieren vitalidad de tal modo que parecieran tener voluntad al margen de sus productores. Se trataría de una “fantasmagoría” (ilusión o espejismo) que favorece la acción de mercado el cual va generando en las sociedades de intercambio el efecto de que los productores determinen su trabajo en función de las necesidades de los consumidores y no que sean los productores quienes determinen la dirección de la actividad mercantil. Tenemos entonces una situación en que las mercancías integran en sí mismas a las relaciones sociales de producción que les dieron origen; con ello, además de asumir una naturaleza fetichizada, provocan el distanciamiento entre los productores y la sociedad en la que estos conviven ya que son las mercancías mismas las que establecen las relaciones por la vía de su comparación a través del valor de compra. Respecto a esto. Marx nos dice que

Lo que aquí reviste, a los ojos de los hombres, la forma fantasmagórica de una relación entre objetos materiales no es más que una relación social concreta establecida entre los mismos hombres. Por eso, 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 tan pronto como se crean en forma de mercancías y que es inseparable, por consiguiente, de este modo de producción. (Marx, 1999, p. 38)

Finalmente, la cosificación se presenta como el tercer pilar que sostiene a la reificación; si bien en términos estrictos ambos conceptos (cosificación y reificación) tienen un sentido literal equivalente, debemos aclarar que el término cosificación, ha sido utilizado en diversos momentos históricos como un concepto general que habla de cómo son asumidas como objetos ciertas circunstancias o situaciones que no tienen una naturaleza meramente material. De hecho, Hegel indicó que la cosificación de las manifestaciones de la mente es algo innato que el ser humano ejerce para poder organizar su mundo social y espiritual; pero es con Marx y con sus sucesores teóricos con quienes la cosificación asume su sentido como objetivación (que es también su sinónimo) de los seres humanos quienes son subsumidos como un factor más en el proceso de producción capitalista. Es decir, la cosificación, en términos conceptuales, con el marxismo pasó de ser considerado una operación del pensamiento a un proceso de reducción de las personas a cosas.²

En suma, podemos inferir que la alienación, el fetichismo de la mercancía y la cosificación de los individuos son el trasfondo sobre el que se erige la reificación como un todo psicológico y social que sostiene al sistema de intercambio capitalista, el cual, en su forma presente, profundiza su naturaleza reificada introyectándose en todas las áreas de la vida social al existir cada vez mayores y mejores mecanismos de promoción de la vida mercantilizada. No queremos decir con ello que todos los aspectos de la realidad en una sociedad de intercambio deban catalogarse como reificantes; de hecho, el propio sistema se encuentra atravesado por numerosos elementos de la experiencia humana potencialmente emancipatorios, sólo que resulta evidente la ubicuidad y dominio del mercado y de la

² En el capítulo I retomaremos esta discusión porque el término cosificación, tiene otras acepciones dentro de la propia tradición marxista.

cultura del consumo como el *quid* que define la dirección de la vida política, económica y social de la mayor parte del mundo conocido.

Continuando con la cauda teórica que iremos recogiendo, también recuperaremos buena parte de las conclusiones que Walter Benjamin condensó en sus diversos trabajos en el sentido de que la reificación en las sociedades burguesas impulsa una suerte de secularización de los arrebatos religiosos cuando ocurre el proceso de adquisición de mercancías; Benjamin realiza así una hermenéutica del mundo objetual del siglo XIX; él pretendía descubrir las analogías ocultas entre religión y consumo burgués, deseaba evidenciar la somnolencia social provocada por la reificación de esa misma centuria, para que fuera posible proceder con la emancipación social a través de lo que él llamaba un “vuelco dialéctico”, es decir, una trastocación a fondo del automatismo consumista para ejercer la redención del sentido verdaderamente humano y de la conciencia despierta. No se limitó Benjamin a reinterpretar la dimensión económica de la misma reificación para volverla filosófica de modo como lo hizo Georg Lukács en *Historia y conciencia de clase* (lo que ya era por sí mismo un aporte invaluable), sino quiso utilizar esa categoría para desnudar las antinomias del pensamiento burgués.

Nuestra investigación retomará ese esquema procedimental con la intención de realizar las conclusiones y descubrimientos sobre la base del contexto urbano del México contemporáneo, considerando que el dramatismo de nuestra debacle social es mucho más acuciado del que Benjamin pudo haber apreciado en su momento. Es esto lo que nos convence de que el fenómeno de la reificación en ámbitos socioeconómicos como los de las llamadas “economías emergentes”, se vuelve una especie de mofa del destino pues esa fantasmagoría que se adhiere a los bienes culturales y que entroniza el valor de cambio a

despecho del valor de uso, lesiona la dignidad humana ahí donde la inequidad de todas calidades es más profunda e interfiere en los escenarios que los mismos individuos ven como posibles (o imposibles a menudo) para el tránsito hacia una vida en comunidad más plenamente humana.

En este tenor, la reificación implica el fenómeno por el que algunos aspectos de la realidad –como las mercancías– adquieren características autónomas y cargas simbólicas que las dotan de vida y significado al grado de que se presentan como abstracciones de la felicidad humana; a su vez, la reificación incluye al proceso por el que las relaciones sociales son cosificadas, es decir, la tendencia a que los vínculos humanos sean asumidos como acercamientos de seres sin personidad, de seres alienados.

Al hablar del fetichismo de la mercancía y de la alienación, Marx indicaba que estas formas eran inherentes a la dinámica del intercambio de mercancías en una economía capitalista ya que existe una inclinación natural del sistema a explotar al obrero al grado de convertirlo en un mero instrumento de la producción del valor, circunstancia que llega a su extremo cuando el propio obrero asume esta situación sin cuestionamientos. Marx nos lo sugiere al señalar que

...los trabajos privados sólo funcionan como eslabones del trabajo colectivo de la sociedad por medio de las relaciones que el cambio establece entre los productos del trabajo y, a través de ellos, entre los productores. Por eso, ante éstos, las relaciones sociales que se establecen entre sus trabajos privados *aparecen* como lo que son; es decir, no como relaciones directamente sociales de las personas en sus trabajos, sino como *relaciones materiales* entre personas y *relaciones sociales* entre cosas. (Marx, 1999, p. 38)

La relación del obrero con la mercancía entonces no está definida por el hecho de que él se identifique como creador de la misma sino que se genera una “subsunción del trabajo al capital”, ya que en el proceso de producción, las características humanas del obrero son asimiladas por la mercancía de tal manera que las relaciones no son percibidas como entre personas sino como entre cosas; esto es lo que cancela la posibilidad de identificación como iguales entre un trabajador de la industria automotriz y otro que labora en una fábrica de alimentos, ya que su trabajo se encuentra subsumido a la naturaleza de las cosas que cada uno produce así como al proceso de mercado en el que se intercambian esas mercancías por dinero; no es raro en un mundo de situaciones con esta morfología, que a menudo escuchemos la frase “las fluctuaciones del mercado” como si se tratara de un ente concreto y no de la serie de decisiones humanas que se encuentran detrás del propio mercado.

En las sociedades capitalistas contemporáneas la reificación determina la forma de la vida cotidiana en lo que se refiere al utillaje simbólico que los individuos cargan. Es decir, las personas asumen su vida a partir de las representaciones sociales construidas en un medio capitalista (potenciado por una economía de mercado hiperconsumista) que se estructura sobre un entramado de valores y prejuicios originados en el universo simbólico burgués. Este constructo genera esquemas mentales que favorecen que los individuos persigan el objetivo del éxito humano representado por una vida crecientemente mercantilizada lo cual al mismo tiempo permite la permanencia y promoción del modelo económico que sostiene todo el sistema social.

Esta tendencia acentúa su carácter monolítico y casi infranqueable cuando se adhiere a la conciencia de los individuos, de tal modo que en una sociedad de intercambio quedan ocultos el carácter histórico y el social que las mercancías contienen, así, “Las

formas que convierten a los productos del trabajo en mercancías y que, como es natural, presuponen la circulación de éstas, poseen ya la firmeza de formas naturales de la vida social antes de que los hombres se esfuercen por explicarse, no el carácter histórico de estas formas, que consideran ya algo inmutable, sino su contenido” (Marx, 1999, pp. 40 y 41).

Como habíamos dicho, a estos descubrimientos de Marx, Georg Lukács les daría un sentido de orden filosófico retomado a su vez por Walter Benjamin por medio de una interpretación “fenomenológico-dialéctica” que le llevó a identificar otras formas psicológicas adheridas al mundo de las mercancías. Nosotros consideramos entonces que la reificación es inherente al sistema capitalista y, particularmente en su versión neoliberal, alcanza un grado sublime en el sentido de que el apego anímico de las personas a las mercancías supera por mucho la necesidad práctica que tienen de ellas. No obstante que podamos pensar que ello se presenta específicamente en ciertas clases sociales, sostenemos que se trata de un fenómeno que hace víctima en mayor o menor medida a la gran mayoría de los seres humanos más allá de su poder adquisitivo, pues coincidiendo de nuevo con Marx,

Se trata de fórmulas que llevan estampado en la frente su estigma de fórmulas propias de un régimen de sociedad en que es el proceso de producción el que manda sobre el hombre, y no éste sobre el proceso de producción; pero la conciencia burguesa de esa sociedad las considera como algo necesario por naturaleza, lógico y evidente como el propio trabajo productivo. Por eso, para ella, las formas preburguesas del organismo social de producción son algo así como lo que para los padres de la Iglesia, por ejemplo, las religiones anteriores a Cristo. (Marx, 1999, pp. 45 y 46)

Aunque claro, queremos afirmar que no se trata de un constructo de la conciencia que imposibilite toda forma de evasión; precisamente lo que defenderemos en su momento

es que las dinámicas de organización social a contrapelo presentan mecanismos alternativos de reproducción económica que también pueden en ciertos casos ser instancias de convivencia que atenuarían los efectos de la reificación. Esto coincidiría con lo que en su momento Marx percibió como el proceso de “toma de conciencia proletaria” solo que en nuestro trabajo no circunscribiremos este fenómeno de concienciación exclusivamente al proceso por el que los trabajadores identifican su posición injustamente subordinada en el proceso de producción, sino lo extenderemos de modo que refiera al imperativo ético de que los individuos perciban a la reificación y a los antivalores que esta misma refleja, como una realidad que es necesario contrarrestar.

Habría también que decir que si bien la reificación funciona como mecanismo en buena medida psicológico e inconsciente, el efecto anímico que causa es tan contundente que las personas consideran a menudo que es muy poco lo que pueden hacer para confrontar los “efectos indeseables de la realidad” manifestada concretamente en estructuras sociales e instituciones. En este proceso tiene un papel fundamental la socialización del individuo en un grupo humano, ya que él asumirá crecientemente que las instituciones y el Estado son de ese modo y nada se puede hacer al grado de volverse aparentemente inevitable el hecho de que “Estas formas son precisamente las que constituyen las categorías de la economía burguesa. Son formas mentales aceptadas por la sociedad, y por tanto objetivas, en que se expresan las condiciones de producción de este régimen social de producción históricamente dado que es la producción de mercancías.”

(Marx, 1999, p. 41)³

³ Víctor Manuel Alarcón, indica en esta línea: “El proceso de socialización, proceso por el cual los acontecimientos sociales y culturales se transmiten a la conciencia, hace posible la internalización –y su consecuente replicación- de los elementos valorativos y normativos presentes en un sistema social dado; actuando como constructo de la conciencia de los individuos.” (Alarcón, 2003, p. 7)

A despecho de esta posición tan sombría y siguiendo de nuevo a Axel Honneth, el “reconocimiento” como concepto filosófico y pauta ética viene a cuento a propósito de ciertos rasgos de la convivencia humana que consideramos necesarios para la realización de los individuos particulares pero en consistencia relacional con el agregado humano al que pertenecen. Para que este reconocimiento ocurra, entonces, es indispensable la presencia del “otro” ya que es a través de esta posición dialógica e intersubjetiva que cada individuo puede fundamentar su propia identidad; esto fortalece la eventualidad de que los seres humanos identifiquen los factores que originan y mantienen el conflicto social y estén dispuestos, a partir de ese descubrimiento, a nuevos esquemas de convivencia. Es por ello que para Honneth, el reconocimiento es

un estrato de implicación existencial que subyace a toda nuestra relación objetivadora con el mundo... [que está] enraizada en una interacción previa que tiene los rasgos de una preocupación existencial... [así] en el proceso evolutivo infantil la adquisición de capacidades cognitivas está enlazada de manera singular con la formación de las primeras relaciones comunicativas: el niño aprende a vincularse con un mundo objetivo de objetos constantes cuando, desde la perspectiva de una segunda persona, accede a un descentramiento progresivo de su propia perspectiva, que en un primer momento es egocéntrica. (Honneth, 2007, pp. 61 y 62)

El llamamiento del autor al asunto de la infancia obedece al análisis sobre cómo la reificación se presenta como una suerte de olvido del reconocimiento primigenio que los seres humanos experimentan en los primeros estadios de la vida psíquica, circunstancia sin la cual se clausura el surgimiento del lenguaje simbólico por el que el individuo puede leer el mundo, porque lo que aquí vemos es una ausencia del lado emocional de la relación entre el niño y la persona de referencia cuando resulta fundamental que esta identificación

también “es una condición necesaria para permitir la adopción de perspectiva que lleva al pensamiento simbólico”.

La base de este aprendizaje interactivo se encuentra entonces en el tipo de vínculo que el niño haya forjado con la persona de referencia “puesto que sólo una identificación previa tal le permite dejarse conmover, llevar, motivar por la presencia del otro concreto de modo de poder seguir con interés los cambios de actitud de éste”; o sea, lo que en palabras de Adorno sería “la forma primigenia del amor” (Honneth, 2007, pp. 66 y 67). En suma, el reconocimiento es una manifestación de la vida psíquica y anímica que en su ausencia da pie al entretejimiento de la reificación; de ahí que Honneth afirme que la reificación es el “olvido del reconocimiento”. Como se puede suponer, asumimos esta postura discursiva que viene muy a cuento de lo que procuramos normativamente con nuestra investigación.

Igualmente, en este trabajo nos serviremos de otros conceptos nodales de los que quizás no existe una disyuntiva de la que por el momento dar parte pero que es importante plantear en el sentido operativo bajo el que los ocuparemos; así, en lo que se refiere al término “capital”. Asumiendo que en el ámbito de la economía política resulta claro su significado, nosotros consideramos conveniente el esquema conceptual de Pierre Bourdieu cuando definió al capital bajo sus tres manifestaciones particulares: capital económico, capital cultural y capital social.

El primero de ellos es el más evidente en el sentido de que puede ser usufructuado de manera inmediata y se encuentra determinado en marcos jurídicos como los derechos de propiedad y el monto de liquidez disponible. El capital cultural es aquél que en ciertos momentos puede ser convertido en dinero y podemos verlo reflejado, por ejemplo, en el

reconocimiento formal que otorgan los títulos académicos. El capital social es el que se fundamenta en las conexiones formales o informales que un individuo tiene con instituciones o personas de arraigo en la comunidad lo cual le permitirá ascender o al menos permanecer en ciertos estamentos socioeconómicos; el capital social también puede ser convertido en capital económico. Con base en estos supuestos, Bourdieu afirma que

Hay que partir de la doble asunción de que, de una parte, el capital económico sirve de base a todos los demás tipos de capital, pero de otra, las manifestaciones transformadas y travestidas del capital económico no pueden nunca reconducirse a él totalmente; y ello por *que dichas* manifestaciones tan sólo pueden producir sus efectos específicos en la medida en que oculten (sobre todo ante sus propios poseedores) que es el capital económico el que les sirve de base y el que, siquiera en última instancia, determina sus efectos. (Bourdieu, 2001, p. 158)

Igualmente, asumiremos de este autor francés el concepto “violencia simbólica” para referirnos al dominio que se manifiesta como control práctico y como reducto de la despersonalización de los individuos. En sentido aún más extremo, la violencia simbólica presiona a los individuos a aceptar su situación subordinada e incluso a hacerlos anhelar las posiciones de poder para que ahora sean ellos los que reproduzcan los mecanismos de control que limitan su potencial como personas. Podemos entender así que en un mundo generado con ese constructo simbólico, los seres humanos manifiesten poca disposición hacia la transformación social porque han llegado a la seguridad de que dichas condiciones de convivencia son inevitables y por lo mismo, inherentes a la naturaleza humana. Es bajo esta noción que los individuos no sólo asumen los esquemas simbólicos de su contexto sino también aprenden las reglas, procedimientos y mecanismos que los reproducen, con lo que el poder se legitima bajo la forma de un consenso tácito o implícito.

Esto viene a cuento con los asuntos arriba descritos por el hecho de que uno de los espacios en los que lo simbólico tiene gran relevancia es en el consumo, ya que éste tiene también el potencial diferenciador que algunos autores tradicionales le asignaban a la clase, a las relaciones de producción y a la propiedad privada. La exclusión vía el consumo, se ha ido fortaleciendo como una de las principales fuentes de angustia y humillación para el grueso de los seres humanos contemporáneos aun cuando el discurso del poder sea que las puertas están abiertas para todos; con ello atestiguamos que toda estructura de dominación tiende hacia su reproducción, hacia su normalización en el escenario social, ya que los individuos que no detentan el poder ejercen sobre sí mismos las relaciones de dominación.

La violencia simbólica impone una coerción que se instituye por medio del reconocimiento extorsionado que el dominado no puede dejar de prestar al dominante al no disponer, para pensarlo y pensarse, más que de instrumentos de conocimiento que tiene en común con él y que no son otra cosa que la forma incorporada de la relación de dominio. Esto hace que las formas larvadas o denegadas (en el sentido freudiano) del dominio y la explotación, (...) representen un desafío insuperable para todo tipo de economismo: ponen en juego otro tipo de economía, la de la fuerza simbólica, que se ejerce, como por arte de magia, fuera de toda constrictión física y en contradicción, en su gratuidad aparente, con las leyes ordinarias de la economía. (Bourdieu, S/F, p. 6)

En este entendido, la violencia simbólica representa una de las principales fuentes de agresión a la subjetividad humana en un contexto del capitalismo contemporáneo ya que la cultura aspiracional burguesa fomenta como ideal humano una existencia sofisticada que, sin embargo, no se encuentra al alcance de todos sino que por el contrario, se encuentra como reducto de posibilidad para sectores poblacionales privilegiados. Ello exige a su vez que exista todo un entramado institucional, legal, corporativo y social que apuntala este estado de cosas, con la consecuencia directa de que sea aceptado como incuestionable que

los beneficios del sistema se concentren como “legítima” propiedad de quien “haya trabajado para ello”.

En conclusión, las categorías que hemos definido hasta aquí ofrecen un andamiaje teórico que es tanto analítico como operativo porque no sólo permite el tratamiento de la crítica al sistema capitalista en la que nos enfocamos en la investigación; igualmente, ese marco nos permitirá identificar cómo las experiencias alternativas que expondremos como ejemplos se relacionan con esquemas teóricos propuestos por diversos autores. Entre las experiencias que en esta investigación atendemos se encuentran las llamadas monedas alternativas, sociales y locales, banca ética, así como el caso del movimiento conocido como Constituyente Ciudadana y Popular, ejemplos todos ellos pertenecientes a esa amplia gama de experiencias conjuntas que nosotros consideramos urgente integrar en una sola lucha por la emancipación.

Metodología de investigación

Esta es una investigación de tipo cualitativo para la cual realizaremos un ejercicio de interpretación fenomenológica y dialéctica que nos permita comprender la evidencia social a partir de las categorías que usaremos. Esto nos llevará en primera instancia a un plano teórico que completaremos con un ejercicio exploratorio y descriptivo de las evidencias sociales analizadas lo que nos encaminará hacia una comprensión integral de los fenómenos sociales tratados.

Para que quede claro cuál es el sentido que asumimos respecto a la fenomenología como acercamiento metodológico a nuestro objeto de estudio recurrimos a Miguel Agustín

Romero Morett, para quien la fenomenología “es una manera específica de pensar en el terreno de la filosofía (...) en la cual las habilidades de pensamiento reclaman operaciones especialmente insistentes, como la observación, la comparación y el análisis, pero igualmente concluyen en síntesis, simbolización e interpretación”. (Romero, 2006, p. 100)

En otras palabras, utilizaremos herramientas teóricas y conceptuales con las que descubriremos el sentido simbólico de la reificación en un ámbito de capitalismo contemporáneo, de un modo cercano a como se observa en el mencionado ensayo “Dialéctica de la mirada” de Susan Buck-Morss; la autora realiza su análisis de la obra de Walter Benjamin para resaltar con mayor claridad las principales intenciones críticas que guiaban el trabajo del alemán cuando efectuó la deconstrucción de la cosmovisión burguesa a partir de la estrategia de observación dialéctica.

Como hemos mencionado, vincularemos el concepto reificación con el análisis que Marx, Lukács y la teoría crítica original hicieron sobre los valores del capitalismo y de sus efectos en la vida psicológica y social de los individuos. Dicho ejercicio también nos dará luz sobre el papel que juegan los valores liberal-burgueses en la vida cotidiana en las condiciones del capitalismo contemporáneo, todo lo cual termina por arraigarse en el inconsciente de los individuos de tal manera que se naturaliza como única posibilidad de convivencia. A este constructo de valores es a lo que denominamos “axiología del capitalismo”; ésta reproduce la reificación como una estructura integral que bombardea desde diversos frentes el consciente y el inconsciente de los individuos, presionándolos para que asuman un ámbito simbólico y anímico acorde con las necesidades de reproducción del sistema en su conjunto.

Igualmente, como también hemos señalado, nos enfocaremos en analizar las posibilidades de subversión del proceso de reificación a partir de las propuestas alternativas que sean planteadas; así, el término subversión alude a un sentido histórico disruptivo que, de paso, también ha sido vinculado con los anhelos por socavar las bases de un status quo político determinado. Es de este modo que la reificación, vista como el entramado que define a una conciencia dominada por la axiología del capitalismo, es la base categorial sobre la que construimos nuestra propuesta teórica para la crítica al sistema capitalista contemporáneo como objeto de estudio fundamental y con la que describimos también las posibilidades organizativas posibles para el fortalecimiento de lógicas de convivencia socioeconómica y política alternativas respecto a las que hoy funcionan bajo el sistema hegemónico.

En un plano más técnico, dado el sentido cualitativo de este trabajo, no existe la necesidad de hacer un registro de recursos materiales a los que recurrimos, no obstante, es importante recordar que la diversidad de las fuentes a las que acudimos incluyen además de libros, algunas entrevistas, acervos fotográficos, información virtual y observación tanto no estructurada como participante; la primera por el hecho de que en particular en los capítulos tres y cuatro de la investigación realizaremos ejercicios reflexivos a partir de nuestra visita y presencia en los espacios físicos (como calles, comercios y asambleas) que nos interesa analizar, eso vincula con el matiz, en cierto sentido participante de dicha observación, ya que además de realizar un diagnóstico de la conciencia reificada, realizaremos una introspección de orden dialéctico de la realidad cotidiana en el que nosotros mismos somos parte de la síntesis resultante. Esto último, la observación participante, se relaciona con el hecho de que nuestra participación en algunos activismos nos permite tener más a la mano

evidencias prácticas de alternativas de organización que en nuestra opinión es necesario impulsar tal como lo habremos de defender en el último capítulo de esta investigación.

Resultados esperados

Más allá de que consideramos muy factible que la hipótesis planteada se corrobore, deseamos que este esfuerzo trascienda también asentando bases para la consecución de otros textos y análisis que tengan la intención de colaborar en la crítica de los fenómenos socioeconómicos y políticos de nuestros días, en particular, del análisis crítico del capitalismo. Es en esa línea que consideramos la posibilidad de que se convierta en un libro que no sólo sea puesto a disposición de los estudiantes y del cuerpo docente de nuestra institución, sino también para otras instancias académicas e investigativas así como de lectores que quieran adentrarse en el tema de la reificación y en el del análisis del capitalismo desde planteamientos como los que propone la investigación interdisciplinaria guiada por la reflexión de orden filosófico. El que esto se logre reforzará el reconocimiento de nuestra institución como una comunidad educativa enfocada no sólo en los ámbitos de negocios y de tecnología sino también en asuntos de profundo sentido humanístico y social que además pueden dar pie al fortalecimiento de esquemas organizativos alternativos, pensados para la solución de diversos retos actuales

CAPÍTULO I. REIFICACIÓN. EL CONCEPTO Y LA CATEGORÍA

Introducción

El sentido etimológico de reificación tiene su base en la raíz latina *Res* que significa “cosa”, de ahí que buena parte de las propuestas académicas hayan hecho equivalentes reificación y cosificación, pero en nuestra opinión, existen especificidades de cada uno de estos vocablos que posteriormente describiremos aunque nos adelantamos a indicar que la cosificación es uno de los fenómenos que caracterizan a la reificación. Podemos decir entonces que la generación de la palabra como concepto de mayor especificidad es resultado también de la forma en cómo ha sido traducido desde el idioma original en que escribieron Hegel, Marx y el propio Lukács, siendo la palabra en alemán *verdinglichung* (sobrecosificación) de la que se origina este vocablo el cual ha verificado una importante flexibilización en su sentido conforme ha sido implementado desde su génesis original.

El tratamiento primigenio del proceso de reificación fue hecho por Marx en algunos de sus trabajos tempranos siendo hasta los “Grundrisse” y en “El Capital” en donde aparecen ya en forma explícita fenómenos como el fetichismo de la mercancía y la alienación; con ello se puede hablar de una referencia directa a las condiciones de la conciencia que determinan lo que posteriormente sería denominado reificación o, por algunos autores, sobrecosificación. En otras palabras, referimos aquí la idea que extenderemos en este capítulo de que la reificación como fenómeno o proceso se encuentra determinada por tres fenómenos específicos: la alienación, el fetichismo de la mercancía y la cosificación de la persona.

A modo de colofón para estas mismas consideraciones teóricas, recuperamos una revisión del concepto “imagen dialéctica”, presente en particular en el trabajo de Walter Benjamin, por el hecho de que consideramos que este enfoque metodológico nos permitirá exponer cómo el fenómeno de la reificación tiene verificativo en la realidad cotidiana incluyendo la mexicana de tipo urbano, que es la que en particular nos interesa por su potencial para iluminar asuntos críticos de nuestra contemporaneidad sociocultural y económica.

I. El concepto Reificación. Orígenes y evolución

Para los fines de esta investigación, es inevitable hacer primero una visita a esos conceptos clave de la teoría marxista enfocándonos en la génesis histórico-teórica del concepto reificación; esto para tener una base de interpretación semántica que nos permita introducirnos en el segundo capítulo, en el cual realizamos una reconstrucción histórica de la reificación en México. Esto supone que realizaremos en ese segundo capítulo una exposición de orden descriptivo y documental que nos dará la pauta para la reflexión sociofilosófica que realizaremos en el tercer capítulo. Teniendo en mente las anteriores salvedades, y recordando lo dicho en la introducción, asumimos en principio que la reificación consiste en

La transformación de propiedades, relaciones y acciones humanas en propiedades, relaciones y acciones entre cosas producidas por el ser humano, las cuales se han vuelto de tal manera independientes del ser humano (y, además, son imaginadas como originalmente independientes) que

han terminado por gobernar su existencia con la consecuencia de que ahora su conducta se dirige por las leyes del mundo de las cosas. (Bottomore, 2001, p. 463)⁴

Esta idea primaria es de la que partimos para establecer nuestra postura personal, la cual no supone una ruptura con lo así expresado sino es una suerte de ejercicio de continuidad conceptual que dice como sigue: *la reificación es un proceso de la conciencia humana propio de las sociedades en entornos capitalistas, que se caracteriza por integrar una interrelación dinámica entre los fenómenos conocidos como alienación, fetichismo de la mercancía y cosificación del individuo. El resultado de esta interacción es el de la existencia de un tipo de subjetividad dominante que encausa la acción individual y que determina sus contenidos por valores, aspiraciones y nociones del bienestar fomentados históricamente por la mentalidad burguesa propia de ese mismo modo de producción capitalista.*

El último enunciado de esta propuesta nos conecta de nuevo con la idea previamente señalada de la reificación, pues coincidimos en que “las leyes del mundo de las cosas” es aquello que se sitúa como el *quid* característico del mundo fenoménico del ser social. Teniendo esta noción de nuestro concepto primordial, a continuación analizaremos la triada referida (alienación, fetichismo de la mercancía y cosificación del ser) ya que esto permite acentuar nuestra convicción de que precisamente estos tres fenómenos son los que determinan la existencia y concreción de sociedades reificadas en un ámbito de capitalismo, particularmente, en su sentido contemporáneo. Como puede verse, el aspecto particular de nuestra propuesta es que integramos textualmente la cosificación de las personas (así como de las relaciones sociales) como un fenómeno cuyas manifestaciones objetivas son más

⁴ Traducción hecha por nosotros.

claras en sociedades de capitalismo mercantil, pues como veremos posteriormente, la calidad de cosa que el individuo adquiere en ellas facilita su despersonalización y tratamiento como mercancía, es decir, se trataría de una mayor insistencia en lo que Lukács había esbozado al indicar que

...el obrero está situado en su ser social inmediata y *completamente* del lado del objeto: aparece inmediatamente como objeto y no como actor del proceso social del trabajo. Por otra parte, ese papel de objeto no es ya más en sí puramente inmediato. En otros términos, la metamorfosis del obrero en simple objeto del proceso de producción se efectúa, es cierto, objetivamente, por el modo de producción capitalista (en oposición a la esclavitud y la servidumbre), por el hecho de que el trabajador está obligado a objetivar su fuerza de trabajo con relación al conjunto de su personalidad y a venderla como una mercancía que le pertenece. (Lukács, 1970, p. 191)

Si bien la primera definición contiene de manera implícita este aspecto, para nosotros es muy importante explicitarlo dado el sentido progresivo que este fenómeno adquiere en ámbitos de economía y sociedad globalizadas, el cual, como hemos señalado, puede ser evidenciado por la vía de la dialéctica de la imagen, es decir, a través de la indagación sobre los contenidos simbólicos y fenomenológicos insertos en el despliegue visual, no sólo de láminas y fotografías, sino también de espacios y objetos reales frente al espectador. Partamos entonces con estos entendidos.

La alienación como antecedente conceptual de la reificación

En el *Diccionario de pensamiento marxista* de Thomas Bottomore, cuyo idioma original (habrá que apuntar) es el inglés, se afirma que Marx utilizó de manera equivalente los términos del idioma alemán *verdinglichung* (sobrecosificación) y *versachlichung*

(objetivación), usando a su vez como noción contraria la acepción *personifizierung* (personificación). En pocas palabras, Marx sugería que los procesos sociales que degradan la conciencia y la dignidad individual, tenían su justo contrario en el reconocimiento de la condición de persona del ser social. No obstante, estos detalles semánticos fueron poco considerados por los analistas y traductores tempranos de su obra aun cuando en poco tiempo *El Capital* se había convertido en un documento muy demandado para los estudios sobre el capitalismo clásico.

La historia del pensamiento marxista registra algunos conceptos como sinónimos, particularmente en el idioma español; de este modo, dependiendo de las diversas traducciones utilizadas de las obras clásicas o de la propuesta particular de los estudiosos que escriben en castellano, la alienación también es denominada “enajenación” o “extrañamiento”. Más adelante haremos una puntualización acerca de la forma en que Hegel estableció una tenue diferencia entre alienación y enajenación, sin embargo, nosotros hemos preferido mantener la prevalencia de la alienación como vocablo necesario para este trabajo. Asumiendo entonces esta salvedad, diremos que Marx consideraba que la alienación es

...una acción a través de la cual (o en un estado en el que) una persona, un grupo, una institución o una sociedad se convierte (o permanece) ajena (1) a los resultados o productos de su propia actividad (y para la misma actividad), y/o (2) a la naturaleza en la que vive, y/o (3) respecto a otros seres humanos, y -además y a través de cualquiera o todos de (1) a (3)- también (4) respecto de sí mismo (de sus propias posibilidades humanas históricamente determinadas). (Bottomore, 2003, p. 11)⁵

⁵ Traducción hecha por nosotros del texto original en inglés. Los números son de la propia obra y refieren cada uno de los aspectos de la realidad sobre los que la alienación ejerce su efecto.

Como observamos, la cita señala que la alienación, además de ser un fenómeno, es también un estado de la conciencia que adopta diversas formas, siendo el rasgo fundamental el “extrañamiento” (la enajenación) de las creaciones humanas respecto de sus creadores, de la naturaleza que rodea al individuo, de él respecto a otros seres humanos o de todo ello en su conjunto. La estructura básica del humano descrito como receptáculo de la alienación es una característica esencial de la mente finita que produce objetos para expresarse en estos mismos, en cosas físicas, en instituciones sociales, en productos culturales. Considerada de esta forma, la “alienación” implica siempre la autoalienación del individuo respecto de sí mismo a través de sus actividades en el mundo objetivo.

El interés de la academia de filosofía (y de la naciente sociología) en estos asuntos emergería sólo hasta la segunda mitad del siglo XIX, una vez que Marx trascendió el sentido meramente especulativo que Hegel y Feuerbach les habían dado. No obstante, en un sentido genealógico del término, la alienación (y su contraparte, la desalienación), aparece ya en la doctrina cristiana acerca del pecado y la redención y en el concepto de idolatría asentado en el Antiguo Testamento.⁶ Más allá, en Heráclito, la relación de los seres humanos con el *logos* puede ser considerada en términos de alienación; de modo semejante, el punto de vista de Platón acerca del mundo natural como una imagen imperfecta del mundo de las ideas es la fuente del concepto expuesto por Hegel de la naturaleza como forma autoalienada del Espíritu Absoluto.

⁶ Como veremos más adelante, el concepto de “redención” como ruptura revolucionaria o despertar de la conciencia, es uno de los fundamentos de la idea de imagen dialéctica en Benjamin inspirada en la teología judía.

La preocupación por la alienación estuvo también presente en la filosofía clásica alemana y en la economía política de los siglos XVIII y XIX, no obstante, no siempre se trató de un fenómeno que abiertamente fuera designado como alienación. Quizás en esta tendencia influya el hecho de la multiplicidad de dimensiones en las que históricamente el término ha sido utilizado, como por ejemplo, en la psicología, la filosofía, la sociología, el derecho y la religión, por señalar los más socorridos, siendo algunos de sus exponentes pensadores como Hobbes, Locke, Shiller y Shelling. En particular, Rousseau utiliza el término para referirse a la interdependencia de los individuos bajo un contrato social en el que ceden legítimamente una parte de sus derechos (se alienan) para beneficio de la sociedad (Novoa, S/F).

Existe a su vez otro sentido en el que Rousseau considera la alienación y es el de verla como una influencia negativa de los excesos de la vida burguesa en la personalidad del individuo lo cual inevitablemente atrae la decadencia humana. Se trata de una postura que ya habla de la actividad social como fuente posible de pérdida de la individualidad cuando ello ocurre en el contexto de las ciudades, porque esto implica una convivencia lejana al sentido moral originario que los seres humanos tenían en un estado de naturaleza.

La idea del “Buen Salvaje” de Rousseau supone así un estado ideal y por lo mismo, contrario a la deshumanización y a la alienación propias del mundo amante de las riquezas el cual podrá ser confrontado con una educación moral que ponga a salvo al ciudadano de la artificialidad inherente en el dinero y en las comodidades. El hecho de que Rousseau aborde a la alienación de este modo significa considerarla una socialización no lograda que, no obstante, un contrato social libre y operante sí puede garantizar. Sin embargo, el análisis de Rousseau tiene un rasgo que los socialistas del siglo XIX (y Marx en particular) en

ninguna manera podrán aceptar y es el hecho de que el ilustrado francés consideró la propiedad privada como fundamento irreductible de una vida civilizada modelada por el respeto a las leyes.

En otra idea y como habíamos mencionado, la propuesta de Hegel es revelar especulativamente a la alienación como un proceso causal e históricamente determinado en contextos sociales y culturales progresivos en el tiempo: esto es lo que caracterizará a su modelo como una concepción procesual del fenómeno que será, ahora sí, el antecedente inmediato de la manera en la que Marx aborda el concepto. Hegel propone que la alienación es el camino único por el que el espíritu universal cumple su papel en la historia pues se sirve de la conciencia individual y social para lograrse aun cuando se trate de un fenómeno inconsciente e involuntario; esta idea se observa cuando afirma *que* “En la Historia Universal y mediante las acciones de los hombres surge algo más que lo que ellos se proponen y alcanzan, algo más de lo que saben y quieren inmediatamente, (...) satisfacen su interés; pero al hacerlo producen algo más, algo que está en lo que hacen, pero que no estaba en su conciencia ni en su intención”. (Hegel, 1979, p. 45)

Es de este modo que la noción del desarrollo social históricamente determinado tiene su clara definición al situar a la actividad humana como condicionada por su contexto temporal; este asunto lo abordará con toda precisión en su “Fenomenología del Espíritu”, trabajo en el que el tema de la alienación ocupa un lugar preponderante pues expone que las ideas, los prejuicios e incluso las instituciones son realidades contrapuestas a la subjetividad de los individuos quienes en la práctica social superan su inmediatez originaria pero al mismo tiempo se alienan de sí mismos. No obstante, para Hegel, la alienación es un proceso necesario (dialéctico) para el paso del mundo sensible hacia la conciencia, así,

aquello mediante lo cual el individuo tiene aquí validez y realidad es la *cultura*. La verdadera *naturaleza originaria* y la sustancia del individuo es el espíritu del *extrañamiento* del ser natural. Esta enajenación es, por consiguiente, tanto fin como *ser allí* del individuo; y es al mismo tiempo, el *medio* o el *tránsito* tanto de la *sustancia pensada* a la realidad como, a la inversa, de la *individualidad determinada* a la *esencialidad*. Esta individualidad *se forma* como lo que *en sí es*, y solamente así *es en sí* y tiene un ser allí real; en cuanto tiene cultura, tiene realidad y potencia... En efecto, el poder del individuo consiste en ponerse en consonancia con la sustancia, es decir, en enajenarse su sí mismo y, por tanto, en ponerse como la sustancia objetiva que es. Su cultura y su propia realidad son, por tanto, la realización de la sustancia misma. (Hegel, 2003, pp. 290 y 291)

Aquí observamos el acento que Hegel pone en la historicidad de las manifestaciones de la cultura como evidencia de un inevitable y permanente extrañamiento del espíritu humano. Este es el sentido específico que asigna a la alienación porque también él es consciente del proceso descrito por Rousseau respecto a la cesión de los derechos de los hombres en un contrato social, sin embargo, esto es precisamente lo que él denomina “enajenación”.

Como dijimos arriba, en el idioma español se ha tendido a usar como sinónimos enajenación y alienación, pero recordando que Hegel escribía en alemán, *entäusserung* y *veräusserung* (alienación y disposición) equivaldrían a lo que él denomina enajenación, y *entfremdung* y *entfremden* (alienación y extrañamiento) equivaldrían a su idea de alienación. No obstante, ambas dimensiones semánticas cabrían en nuestra concepción de alienación ya que se trata de ese fenómeno caracterizado por la pérdida de la autonomía a través de las leyes y el mercado así como por el hecho de que el ser se salga de sí mismo

colocándose en una posición de no identidad y no pertenencia.⁷ Para ejemplificar este sentido, también Hegel recurre al ámbito de la religión; el espíritu alienado de Dios será entonces el Hijo en la tierra; la encarnación del absoluto significará la alienación en materia y realidad de lo que originalmente era sólo esencia divina; para el ser humano, por su parte, la alienación (de su esencia) ocurrirá con el pecado que lo separa de Dios.

Habíamos dicho que ya estaban presentes desde el siglo XVIII la nociones de alienación en autores ilustrados quienes hablan de la necesidad de que un individuo viva un cierto proceso de alienación de sí mismo para entrar en contrato social con otros de los cuales depende mutuamente, pero es Hegel quien plantea las ideas específicas de la alienación y de la objetivación que después veremos en su versión materialista en Marx; es por ello que la historia filosófica de la alienación da inicio con Hegel bajo el concepto de “positividad” que expuso en sus escritos tempranos como ocurre con “La vida de Jesús” y en la ya mencionada Fenomenología del Espíritu; en esta última, esa noción, quizás no hecha explícita, contiene la idea directriz en toda su exposición, la cual incluye la noción del “Espíritu Absoluto” como ser vinculado indefectiblemente en un continuado proceso de alienación y desalienación.

Decíamos arriba que Hegel considera que el espíritu humano es el principal reducto de la alienación porque es precisamente ese espíritu el que puede dar muestra de su existencia a través de la exteriorización del ser que lo contiene, es decir, de su íntegra y

⁷ Esto coincide con la idea que Cornelius Castoriadis expresa —pese a su posición de crítica al marxismo— al explicar a la heteronomía como un “... estado de la sociedad opuesto al de la autonomía. Los sujetos —atados a un mito desconocido como tal por ellos— atribuyen un origen extrasocial a las leyes que los gobiernan, como si no fuera obra de los humanos, como si todo fuera un instituido, perdiéndose la noción de la capacidad instituyente del colectivo. Así sea con la sociedad feudal, o con el orden cosmológico incaico, o con los mitos del capitalismo actual (con su omnímodas leyes del mercado) lo que se consigue es ocultar las fuentes del poder en el conjunto. Y así el poder se hace más extraño a los sujetos.” (Erreguerena, 2002, p. 46)

progresiva realización, regocijándose en los productos de su creación e inventiva. Percibir de este modo la alienación hegeliana permite identificar que venía muy a cuento con el contexto del capitalismo inicial que él estaba atestiguando en su momento de mayor inspiración creadora y que le daba una noción de que la evolución humana continuaba su camino sobre la senda del devenir histórico.

El concepto de alienación, visto de este modo, es fundamental para considerar la evolución social del ser humano; de hecho Hegel la observa como un reflejo natural en el proceso de concienciación de todo individuo, el cual logra, por medio de un despertar de la conciencia, identificar la relación entre sí mismo y el mundo exterior, es decir entre sujeto y objeto a través de un intercambio dialéctico que concluye en la síntesis de estas dos dimensiones, de tal manera que la realidad se termina por presentar como resultado de lo absoluto, de la sustancia espiritual o Dios que se manifiesta históricamente de diversos modos.

En esta percepción, la manifestación del espíritu del ser humano objetivado es la cultura, es decir, tras un primer momento en que la conciencia se separa de sí misma (se aliena), se recupera a través del arte, la filosofía y la religión. Se trata de un ejercicio dialéctico de apropiación del mundo a través del espíritu el cual hace ver al individuo que la cultura es una creación suya que, sin embargo, termina por ejercer un dominio sobre sí mismo. No obstante, el hombre tiene el deber moral de humanizar a la cultura para alcanzar la llamada “conciencia en sí misma” es decir, aquella que caracteriza a un individuo en un estado filosófico elevado.

Esta interpretación de Hegel sería criticada por Feuerbach por considerar que se encontraba demasiado bajo el influjo del pensamiento religioso, es decir, que era una suerte de teología racionalizada. De hecho, para Feuerbach, el ámbito religioso es donde se presenta con mayor nitidez una alienación indeseable, ya que el hombre, al identificar las características de Dios, en realidad lo que está haciendo es proyectando su propia esencia oculta; Dios es una especie de prototipo de las más grandes aspiraciones humanas. Así, el hombre no es Dios autoalienado sino Dios es la autoalienación del hombre; una esencia abstracta, absolutizada y extrañada del hombre, el cual ha terminado por colocar sobre sí mismo a ese ser imaginario del que se ha convertido en un esclavo. La alienación es una proyección idealizada que los seres humanos hacen de los rasgos de sus propias actividades como la bondad y la justicia, para achacarlos ahora como características inmanentes de Dios, como cosas en sí frente a las cuales terminan por someterse. Para Feuerbach, la liberación del hombre de su alienación consiste entonces en la abolición de la falsa imagen del hombre mismo que Dios encarna.

La interpretación de Feuerbach fue el puente que conectaría a Hegel con Marx. Éste último radicalizaría la postura de Feuerbach en términos del materialismo de su interpretación; no sólo negaría la idea de la sustancia de Hegel (Dios) sino también el concepto de esencia humana que Feuerbach había concebido, indicando que la alienación religiosa es sólo una entre muchas formas de autoalienación humana como ocurre con los productos de su actividad espiritual que se alienan en la filosofía, el arte, el sentido común, la moral; su actividad económica en mercancía, dinero y capital; y su actividad social en la forma de estado, leyes e instituciones sociales; todo ello debilita al hombre, lo esclaviza y lo vuelve un ser dependiente.

Fue así que Marx llegó a la conclusión de que la alienación del hombre debe ser ubicada en la naturaleza de las relaciones humanas en los procesos de producción, los cuales a su vez se encuentran determinados por condiciones históricas. Entonces, si bien Marx asume la idea del proceso histórico de Hegel y la posición crítica de Feuerbach en torno a la alienación religiosa, considera que la alienación económica es la que genera mayores afectaciones humanas y que el capitalismo no es un momento histórico de mayor sentido moral sino un punto de inflexión que inevitablemente habrá de conducir a su propia destrucción y al surgimiento de una nueva sociedad sin clases.

Ya desde sus obras tempranas, como los “Manuscritos económico-filosóficos de 1844”, Marx describe el proceso que con su sentido concluyente definirá en El Capital en el entendido de que en el modo de producción capitalista de mercancías, las relaciones sociales son cosificadas y al mismo tiempo ocurre una alienación del hombre (alejamiento) del producto de su trabajo. El punto final de esta relación será el momento en que la mercancía ejerce un dominio sobre el hombre el cual termina por someterse a su servicio (fetichismo de la mercancía) siendo que él mismo fue quien creó dicha mercancía. Así, el individuo no sólo es desposeído de la mercancía sino también de sí mismo, dado que su propio trabajo se encuentra contenido en ese mismo objeto. Un siguiente momento será aquel en el que el individuo mismo, mutado ahora como consumidor, se relacione con la mercancía cargándola de significados diversos originados, no obstante, en la conciencia colectiva. Al respecto, Susan Buck-Morss señala que

...si el valor social (y de allí el significado) de las mercancías es el precio, esto no impide que los consumidores las apropien como imágenes de deseos dentro de los conjuntos emblemáticos de sus sueños privados. Para que esto ocurra, el prerequisite es el extrañamiento por parte de las mercancías

de su significado original como valores de uso producidos por el trabajo humano. Después de todo, está en la naturaleza del objeto alegórico el que, una vez ocurrido el vaciamiento inicial de significado y una vez inserta arbitrariamente una nueva significación, este significado “puede ser cambiado por otro en cualquier momento”. Adorno describía así este proceso: “Los objetos alienados se vuelven vacíos y atraen significados crípticos. La subjetividad llega a controlarlos cargándolos de intenciones de deseo y ansiedad” y Benjamin agregaba: “A esto debe señalarse que en el siglo XIX el número de *objetos vaciados* crece en número y en rapidez previamente desconocidas”. (Buck-Morss, 1995, p. 205)

La postura de Marx tuvo aún que pasar por un proceso que le exigió un grado mayor de especificidad en torno a estos aspectos, de tal manera que progresivamente identificó los fenómenos contradictorios en la conciencia humana en el contexto del modo capitalista; así, en los *Grundrisse* leemos que

[Hay un] crudo materialismo en los economistas quienes consideran propiedades naturales de las cosas lo que son relaciones sociales de producción entre las personas, y las cualidades que esas cosas obtienen porque están subsumidas bajo estas relaciones, es a la vez igual de crudo que un idealismo, incluso fetichismo, ya que imputa las relaciones sociales a las cosas como características inherentes, lo que supone así una mistificación de esas mismas cosas. (Marx, 1993, p. 687)⁸

Como podemos constatar, la postura de Marx no quedó en el mero señalamiento de los fenómenos sociales y de la conciencia en el proceso de producción; la naturaleza de sus palabras hablan de una posición que invita a la deconstrucción crítica aun cuando su trabajo específicamente en el tema de la reificación, como hemos señalado, quedaría más en manos de sus sucesores; entre ellos se sumarían los apologistas del comunismo entendido como el

⁸ Traducción hecha por nosotros del texto original en inglés.

camino de la reintegración del hombre consigo mismo; como la superación de su autoalienación; como la positiva abolición de la propiedad privada que habría de llevar al hombre a la apropiación de su justa naturaleza. Específicamente en el tema de la alienación, sería Marcuse quien retomaría después de Lukács la estafeta siendo, no obstante, sólo hasta después de la Segunda Guerra Mundial que este interés adquiriría un nuevo aliento al grado de que algunos no marxistas se ocuparon de esta temática como ocurrió con Heidegger quien en “Ser y Tiempo” utilizó el concepto *Entfremdung* (alienación) para ilustrar los rasgos que caracterizan un modo inauténtico del ser.

Otros teóricos colaborarían en esta toma y daca, de tal modo que la alienación seguiría diversos derroteros teóricos a partir del enfoque que cada autor asumiría respecto a la misma, así

Otros impulsos importantes vinieron de Sartre, quien utilizó “alienación”, tanto en su fase existencialista como en su etapa marxista. A su vez, para la Teología Protestante de P. Tillich, juega un importante papel el concepto de alienación combinado con la filosofía existencial; igualmente A. Kojeve, quien interpreta a Hegel a partir de las ideas del joven Marx; J. Hyppolite, quien habló sobre la alienación (y especialmente la relación entre la alienación y la objetivación) en Hegel y Marx; Calvez, cuya crítica de Marx desde un punto de vista cristiano se basa en una interpretación de la totalidad del pensamiento de Marx como una crítica a las diferentes formas de alienación, y H. Barth cuyo análisis de la verdad y la ideología incluye un análisis detallado de la alienación. (Bottomore, 2003, p. 14)⁹

De cualquier manera, una de las controversias permanentes fue la de si la alienación tiene su efecto inicialmente en los individuos y de ahí pasa a la sociedad entera. o bien

⁹ Traducción hecha por nosotros del texto original en inglés.

ocurre de modo contrario; el punto central de la polémica se centra en si acaso los individuos, ante su dificultad de identificación en la sociedad manifiestan los signos de la alienación, o por otro lado, si es la sociedad alienada y enferma la que genera la imposibilidad de adaptación de los individuos a ella, lo cual nos diría que la colectividad es la que sufre dicha alienación.

Mijail Bakunin también se detuvo a reflexionar en un tono cercano a la idea de la alienación, quizás influido por los temas de interés de Marx a pesar de ser su acérrimo enemigo intelectual; así, en Dios y El Estado, publicado en 1871, el ruso señala que

Al lado de estas ideas abstractas, y siempre en alianza íntima con ellas, el adolescente encuentra en la sociedad y, a consecuencia de la influencia omnipotente ejercida por esta última sobre su infancia, encuentra en sí mismo una cantidad de otras representaciones e ideas mucho más determinadas y que se refieren de cerca de la vida real del hombre, a su existencia cotidiana. Tales son las representaciones sobre la naturaleza y sobre el hombre, sobre la justicia, sobre los deberes y los derechos de los individuos y de las clases, sobre las conveniencias sociales, sobre la familia, sobre la propiedad, sobre el Estado y muchas otras aún que regulan las relaciones entre los hombres. Todas estas ideas que encuentra al nacer, encarnadas en las cosas y en los hombres, y que se imprimen en su propio espíritu por la educación y por la instrucción que recibe antes de que haya llegado a la conciencia de sí mismo, las encuentra más tarde consagradas, explicadas, comentadas por las teorías que expresan la conciencia universal o el prejuicio colectivo y por todas las instituciones religiosas, políticas y económicas de la sociedad de que constituye parte. Está de tal modo impregnado él mismo por ellas, que, estuviese o no interesado en defenderlas, es involuntariamente su cómplice por todos sus hábitos materiales, intelectuales y morales. (Bakunin, 2008, pp. 99 y 100)

Otra de las aristas de interpretación es la pregunta de si acaso la alienación consiste en un estado mental que refleja un tipo de psicopatología; al mismo tiempo, otros sugieren

que si bien se trata de un fenómeno indeseable, no es en sí mismo una patología sino más bien una anomia y una desorganización personal; aunque a final de cuentas, sigue en pie la característica fundamental de la alienación como un sentido de extrañamiento y disociación del individuo respecto a un sistema social que al final termina reflejándose en su persona como un conflicto interno del que puede ser o no consciente.¹⁰ Igualmente, otra cuestión atendida es la de si la autoalienación es una propiedad innata del ser humano como tal, un momento estructural permanente de la existencia humana o si se trata de una característica exclusiva de una etapa histórica. En cualquier modo, una duda que hace coincidir a muchas de las interpretaciones es: ¿en qué punto de la realidad histórica y de la conciencia el ser humano revirará la alienación para volver de nuevo hacia sí mismo?

Debemos suponer que la pregunta anterior ha sido atendida en buena parte por la postura estructural de quienes observan al comunismo como la única posibilidad de superar por completo las formas y restricciones propias de la alienación; en este entendido, podríamos pensar que toda autoalienación fue abolida en los países integrados en el bloque socialista con lo que resultó que dicho fenómeno quedó reducido a la forma de un padecimiento individual o como un “insignificante remanente del capitalismo”. Pero aun desde los propios márgenes del pensamiento marxista se ha considerado que una desalienación sólo es relativamente posible a partir de la creación de una sociedad básicamente no alienada que favorezca el desarrollo de sus habitantes bajo el compromiso de que los rasgos de las falencias humanas que caracterizan a la alienación sean reducidas al mínimo posible. La última postura al respecto es la que afirma que la desalienación de la

¹⁰ En este sentido, y parafraseando a Freud, Juan Pablo Garavito señala que “Lo exterior y objetivo impone una carga tal a las energías pulsionales interiores, que éstas, para equilibrarse deben buscar salidas patológicas que terminan tomando el control del individuo”. (Garavito, 2007, p. 62)

sociedad y de los individuos está intrínsecamente conectada del tal modo que una no podrá ser lograda sin la otra (Bottomore, 2003, pp. 15 y 16).

Para esta postura, es posible crear un sistema social que promueva el desarrollo de individuos no alienados pero, en cambio, no es posible crear una sociedad que automáticamente produzca semejantes personas. El fundamento de esta propuesta radica en el rescate de la dignidad que supone el trabajo humano en sí mismo, es decir, la recuperación del individuo de los frutos de su quehacer; esto significa el aspecto crítico de que la disolución del modo de producción capitalista favorecerá grandemente la transformación de otras esferas y aspectos de la realidad humana; esto haciendo eco, con aparente ironía, de la interpretación de Marx en el sentido de que la predominancia de la esfera económica sobre las demás (política, artes, derecho, religión, moral, etc.) es un rasgo de una sociedad autoalienada.

En este entendido, la ruptura de la alienación del resto de las actividades humanas no puede ser lograda sin la cancelación de la alienación económica, no obstante, también es cierto que la mera abolición de la propiedad privada no implica la solución automática de la alienación de la vida económica porque de hecho, el vuelco hacia la propiedad estatal no supone un cambio de la situación del trabajador ya que para ese proceso liberador es indispensable la organización de toda la vida social sobre la base del trabajo humano autorregulado por sus productores directos, porque algunas formas de la producción estatal pueden tener su origen o modelo en la producción misma del capitalismo mercantil contemporáneo, por ello, difícilmente asistiremos a una abolición de la alienación con un simple cambio en la forma como es administrada la producción. Relacionado con este asunto, Jorge Veraza señala que

...el capitalismo... enajena las necesidades sociales, aliena simultáneamente la percepción que se tiene de ellas y de la necesidad de trascender la escasez e inadecuación con que son satisfechas; en lugar de promover el movimiento para trascender la escasez y la limitación de las fuerzas productivas sociales, lo neutraliza y lo pone en suspenso; en vez de trascender la figura limitada de sociedad y de escasez determinada, la eterniza. (Veraza, 2008, p. 175)

Más adelante expondremos un análisis que nos permita justificar por qué es esta última la postura que asumimos para proponer los términos bajo los que puede revertirse al menos en forma primigenia no sólo la alienación sino la reificación misma, lo cual coincide a su vez con la crítica que Walter Benjamin hacía a la socialdemocracia de su época y al estalinismo de estado como habremos de verificar en posteriores páginas.

A modo de recapitulación sobre lo visto en este apartado, y tras hacer un rápido viaje sobre algunas de las reflexiones teóricas traídas a escena, particularmente desde el siglo XIX en que el materialismo dialéctico planteó su propuesta analítica, insistimos en que la alienación es uno de los tres pilares sobre los que descansa el proceso de reificación en las sociedades capitalistas; dicha alienación puede entonces entenderse como un proceso y un estado de la conciencia por el que los humanos permanecen en una posición de alejamiento de sus creaciones, de la naturaleza que los rodea y de otros humanos, debido a que las formas sociales que corresponden con el modo de producción genera en ellos un esquema de permanente desapego.

Es de este modo que las diversas actividades humanas corresponderán con esta morfología de la conciencia, incluyendo evidentemente aquellas correspondientes con el

proceso de producción aun cuando dichos individuos estén involucrados de manera directa con el trabajo concreto que crea el valor objetivado en los bienes, como a continuación veremos.

El trabajo alienado

Como hemos señalado, la reificación puede ser advertida por los fenómenos que la determinan como un proceso complejo; así la alienación, el fetichismo de la mercancía y la cosificación intervienen en forma concatenada, dando como resultado un esquema cuyos efectos pueden ubicarse en la cotidianeidad fenoménica, con particular claridad si nos colocamos como observadores de las sociedades de mercado de nuestros días. Para verificar esta conclusión, habrá que considerar que Marx anticipó la interpretación de los desequilibrios en las relaciones humanas en el proceso de producción y en la consecuente comercialización de las mercancías de su tiempo; para ello tuvo que llegar a la conclusión de que la fuente de todo valor es el trabajo.¹¹

Considerar entonces que el trabajo humano y no la naturaleza es el origen de la riqueza implicó para él la gran pregunta de por qué el sujeto de esa actividad (el obrero) se encuentra en una posición tan desventajosa en comparación con el capitalista. Si bien la realidad de esta subordinación era evidente para los economistas anteriores, la asumían como algo inevitable, pues al trabajador lo consideraban como un medio o instrumento productivo de tal manera que podía obviarse su realidad de ser humano en aras de la

¹¹ Marx adoptó esta postura de los economistas ingleses del siglo XVIII. Ellos habían propuesto al trabajo como fuente del valor; por el contrario, la postura fisiócrata precedente consideraba a la tierra como origen de dicho valor.

ganancia. Esta humanidad del obrero, fragmentada en la producción, será elemental en el análisis crítico de Marx el cual dará pie a una importante cauda de pensadores quienes expondrán las contradicciones éticas resultantes de la dinámica del trabajo asalariado.

Del modo como lo percibía Feuerbach, la transformación de la naturaleza para la obtención de productos será para Marx una actividad humana enajenada por la que los trabajadores son incapaces de reconocerse en los objetos resultantes; de hecho las mercancías son vistas por los obreros como cosas ajenas, independientes y dotadas de poder. Lo particular de Marx es que al identificar la alienación, no se quedará considerándola como un fenómeno exclusivo de la conciencia como Feuerbach, sino que la percibirá también en el proceso real de la producción material, llegando a afirmar que este extrañamiento afectará tanto la forma del trabajador de percibir su propia vida como las relaciones humanas que establezca con otros hombres.

Vista de este modo, la alienación adquiere tintes dramáticos en sentido moral al grado de que supone la negación de lo humano; en este sentido, Adolfo Sánchez Vázquez concluirá que

...la actividad productiva es una praxis que, por un lado, crea un mundo de objetos humanos o humanizados, pero, a la vez, produce un mundo de objetos en los que el hombre no se reconoce y que incluso se vuelven contra él. En este sentido es enajenante. Ahora bien, para Marx, esta praxis no sólo entraña una relación peculiar entre el obrero y los productos de su trabajo y una relación del obrero consigo mismo (alienación con respecto a su actividad, en cuanto que no se reconoce en ella), sino también una peculiar relación entre los hombres (alienación con respecto a otros hombres) en virtud de la cual el obrero y el no-obrero (el capitalista) se encuentran en una relación opuesta, pero inseparable,

en el proceso de producción. Es decir, la alienación no sólo se da como relación del sujeto con el objeto, sino como relación del obrero con otros hombres. (Sánchez Vázquez, 2003, pp. 144 y 145)

Como puede observarse, en un ámbito de capitalismo existirá una abierta hostilidad entre los participantes de las relaciones de producción dependiendo de su papel en el proceso, idea que evidentemente nos lleva al conocido antagonismo expresado en lo que Marx llamó la “lucha de clases”. No habrá que decir, sin embargo, que esto implica que los rasgos de la alienación son algo exclusivo del modo capitalista; de hecho algunos estudiosos afirman que Marx consideraba al trabajo enajenado como una suerte de ubicuidad histórica. Como de nuevo nos dice Sánchez Vázquez,

El trabajo humano —afirma Marx— es la negación del hombre; hace esta afirmación sobre todo con relación a la producción material capitalista, pero no creemos ser infieles al espíritu del pensamiento de Marx diciendo que este carácter de la praxis material, en cuanto actividad enajenada, lo extiende a la historia entera.

En este sentido, podríamos afirmar —por nuestra cuenta, pero con la pretensión de interpretar fielmente a Marx— que, hasta el comunismo, la historia humana no es sino la historia de la alienación del ser humano en el trabajo. Esta alienación no es sólo el hecho fundamental de la existencia humana en la sociedad capitalista, sino también históricamente. (Sánchez Vázquez, 2003, pp. 145 y 146)

La particularidad es que en las relaciones del capitalismo moderno el trabajo alienado adquiere una prevalencia innegable y de mayor efecto disolvente en términos sociales, de lo cual da testimonio la creciente monetarización de la existencia, la cual coincide con la aparición histórica de este modo de producción.

Cabe señalar que en su momento, la categoría alienación ha sido objeto de debates en cuanto a su función y conveniencia metodológica. Se ha dicho que es la categoría central del marxismo, que es una noción en constante construcción que por ello resulta central para la hechura de conceptos vinculados con el materialismo histórico, o que de plano es sólo un concepto ideológico sin una función práctica. Considerando estas alocuciones y tras haber dicho que la pauta para el análisis de la alienación inmediatamente anterior a Marx fue Feuerbach, recurramos a un cuadro comparativo elaborado por Adolfo Sánchez Vázquez para contrastar la forma en como ambos abordan el concepto que nos ocupa.¹²

	Feuerbach	Marx
<i>Sujeto que se aliena</i>	El hombre en general	El obrero
Carácter de su actividad	Teórico	Práctico
Producto de esta actividad	Un objeto ideal: Dios	Un objeto real: el producto del trabajo
Esfera de la alienación	La conciencia humana	El trabajo humano
Contenido de la alienación	Deshumanización del hombre	Deshumanización del obrero

¹² El cuadro lo elabora Sánchez Vázquez recuperando los trabajos “La esencia del cristianismo” y los “Manuscritos económico-filosóficos de 1844”, de Feuerbach y Marx respectivamente. Habrá que aclarar que este autor utiliza el término enajenación el cual nosotros hemos plasmado como alienación de acuerdo con la salvedad que hacíamos al principio (Sánchez Vázquez, 2003, p. 500)

Acción inversa del objeto sobre el sujeto	Dios domina al hombre	El producto del trabajo se vuelve contra su productor
Lo que se aliena y desaliena	La esencia humana	La esencia humana

Como podemos advertir, la posición de Feuerbach es general, ya que percibe a la alienación como un universal antropológico que en Marx se adscribe a un contexto histórico particular, al margen de que los sujetos puedan experimentar dicho contexto como una circunstancia inherente a la naturaleza humana. Precisamente el rasgo histórico y social de la alienación en Marx es lo que permite a la escuela por él inaugurada llegar a la importante inferencia de que su cancelación también es un aspecto que inevitablemente habrá de presentarse. De hecho, en los términos de una concepción dialéctica, la alienación manifiesta el tránsito de la conciencia humana en evolución, pues indica lo que el ser humano ha sido, es y será en el futuro, a saber, desde un ser inmediatamente vinculado con la naturaleza que le provee su sustento, pasando por un ser despojado de su conciencia y de su dignidad humana, para llegar al individuo libre y emancipado de la sociedad postcapitalista.

En trabajos posteriores a los Manuscritos de 1844, concretamente en El Capital, Marx establecería una crítica de mayor cuño objetivo y material al no limitar el fenómeno de la alienación a una dimensión de la conciencia sino a la existencia concreta de los actores sociales en un entorno capitalista; por un lado la posición privilegiada y progresivamente más acaudalada de los dueños del capital y, por el otro, los obreros pauperizados pero colocados en una posibilidad de inversión revolucionaria que emergerá

en cuanto “tomen conciencia” de su papel injustamente subordinado; se trataría de algo así como una manifestación económica objetiva de la alienación de la conciencia obrera.

Otro asunto que nos habla de esa concreción objetiva de la alienación sería el tratamiento del hombre como mercancía al ser percibido como un simple activo que se puede adquirir por la vía del salario, lo que supondrá, como más adelante veremos, que el fenómeno de la cosificación no se limita a las relaciones sociales sino que también somete a ese proceso a los individuos; los despersonaliza, los vuelve cosas. El trabajador terminará por considerar a su trabajo no como una actividad humana vital sino como un medio de subsistencia en el que es despojado objetivamente por el capitalista de lo que ha creado; ello le lleva a un inevitable sentido de extrañamiento respecto a dichos productos, los cuales, a su vez, han sido obtenidos a través de una relación social que los sujetos no aceptan ni rechazan voluntariamente sino que simplemente contraen. En forma inevitable, esto significará que su existencia se subordina a la posición que ocupa en el proceso productivo, es decir, su personidad se aliena, se va identificando crecientemente con el papel que desempeña como mano de obra.

El cariz determinado del trabajo alienado puede verse entonces resumido en al menos tres direcciones:

1 El trabajador no es dueño de los medios de producción

2 El trabajador no es dueño de su actividad ni de los productos obtenidos

3 El trabajador acopla su existencia a su función en el proceso de producción

Estas manifestaciones que para el trabajador indican una suerte de usurpación, se transmutan en el capitalista en forma inversa: él es dueño de los medios de producción, es dueño de la actividad productiva y de los productos creados, y es dueño de facto de la existencia del trabajador.

Si bien pudiera existir la duda de la operatividad de la alienación como categoría ante el carácter polémico de sus inferencias discursivas, diremos que la misma dio un impulso importante para el análisis que Marx hizo de asuntos como la propiedad privada o el proletariado (entre otras categorías económicas y sociales), al identificar a esta última clase social en su posición de sujetos que son reducidos por la alienación del trabajo pero, también, por la misión histórico-universal que el mismo Marx les adjudicó.

La evolución del trabajo de Marx evolucionó y a la par lo hizo su concepción de esta categoría, pues de haberla considerado en sus textos de juventud como una circunstancia de matriz especulativa, en *El Capital* la llevó a un orden material; es decir, expone que la consecuencia de esta distorsión de la conciencia es que el trabajador no logra reconocerse en algo que lo niega (la mercancía) o que le resulta extraño por pertenecer al capitalista, pero va más allá; la alienación no queda determinada sólo por una actitud subjetiva sino también como un hecho objetivo que ilustra cómo los sujetos no pueden controlar a los objetos debido a la presencia de un poder ajeno del que desconocen su procedencia y sus fines, de tal modo que escapa a su dominio.¹³ Entonces, como fenómeno social y no sólo como manifestación de la conciencia, la alienación será vista por el Marx

¹³ Habrá que añadir que la alienación está presente no sólo en los productos del trabajo sino también en cualquier otra actividad social como es el Estado y sus instituciones, los cuales adquieren, a partir de la misma alienación, una autonomía y un poder propios.

maduro como fruto del desarrollo histórico de una relación económica específica: la división social del trabajo.

La importancia de esta concepción del trabajo y de los productos del mismo es que rompe la inclinación a reducirlo a una postura antropológica del modo en que lo hacían Hegel y Feuerbach, ya que en el Marx de *El Capital*,

El producto es considerado ahí no sólo como producto de un trabajo concreto, determinado, sino de un trabajo general, abstracto, es decir, como mercancía. La mercancía es la forma que adopta el producto del trabajo concreto, determinado, del obrero en cuanto desaparece su determinabilidad o concreción para convertirse en partícula de un trabajo general, abstracto. El producto del trabajo no es de por sí mercancía, pero se manifiesta o adopta esta forma en determinadas condiciones sociales de la producción. (Sánchez Vázquez, 2003, p. 509)

Al considerar de este modo la complejidad inherente en la relación del trabajo y el modo de producción, se desprende otro de los fenómenos determinantes para el análisis crítico de Marx y sus sucesores; el papel nodal de la mercancía como sinécdoque de las contradicciones del modo de producción capitalista. Es en esto en lo que a continuación nos enfocaremos, pero antes sintetizamos la idea central que en este apartado hemos expresado: el trabajo alienado expresa la naturaleza despersonalizadora del hacer social en un ámbito de capitalismo; pero no ocurre de una forma simplemente especulativa o en el nivel de la conciencia, implica también una morfología relacional entre individuos posicionados dialécticamente tanto en sus intereses de clase como en sus circunstancias materiales de vida.

El asunto del *fetichismo de la mercancía*

De lo explicado hasta aquí extraemos diversas conclusiones de orden metodológico o teórico; así, una de las principales resultantes conceptuales es que podemos vislumbrar el fetichismo como fenómeno consustancial de la mercancía en un contexto de capitalismo. Al tratarse de una forma histórica en que las actividades humanas están por completo determinadas por la propiedad privada y por el afán de lucro a partir del intercambio, los productos asumen una naturaleza que, desde luego, no es evidente de manera inmediata sino sólo a través de un ejercicio inferencial. Así, del evidente hecho de que toda mercancía es producto del trabajo humano se llega a la convicción que no todo producto es mercancía, ya que el producto que es mercancía lo es por el hecho de la relación en que es colocado con respecto a otros; no es por ser usado sino por ser cambiado; de este modo el obrero como sujeto concreto crea un producto que sólo en relaciones sociales específicas de producción adopta la forma de mercancía.

Resulta a su vez fundamental en este punto de la discusión considerar que la mercancía no únicamente refleja materialmente el trabajo concreto del obrero que la creó sino también la manifestación del trabajo social (abstracto) que le dio origen. Es decir, la mercancía hace referencia, por una parte, a un plano de inmediatez palpable y, por otra, a toda la serie de relaciones sociales que la colocan en el circuito de la comercialización, las cuales, sin embargo, han sido cosificadas precisamente por el hecho de ser referidas por la mercancía misma. Adolfo Sánchez Vázquez lo explica:

Siendo la mercancía la objetivación de una relación social o un producto cuyo valor —de cambio— tiene por sustancia no el trabajo concreto del obrero, sino el trabajo social, abstracto, hay, sin embargo, una inadecuación entre lo que este objeto es y su forma de aparición. En cuanto mercancía es la objetivación de una relación social y, sin embargo, se manifiesta como una cosa, dotada de una

autonomía y de un poder propios, y no sólo esto, sino también—como dice Marx— como algo enigmático, misterioso, dotado de un ser sensible y suprasensible. Sus propiedades físicas, sensibles, son las que se hallan vinculadas al trabajo concreto del obrero; lo sensible exterioriza al sujeto humano que lo ha producido; pero estas propiedades por sí solas no expresan el tipo de relaciones sociales que se objetivan en el producto cuando adopta la forma de mercancía.

Sobre lo sensible, surgen propiedades suprasensibles que no pueden ser derivadas de las propiedades que el objeto ha adquirido merced al trabajo concreto materializado en él. El producto del trabajo como mercancía objetiva una relación social y, sin embargo, ésta no se presenta como tal sino como cosa... El producto del trabajo se vuelve así un fetiche y el fenómeno de la transformación de este producto en algo enigmático, misterioso al adoptar la forma de mercancía es lo que Marx llama el *fetichismo de la mercancía*. (Sánchez Vázquez, 2003, p. 510)

Como podemos inferir, el concepto “fetichismo de la mercancía” puede ser definido como ese carácter fantasmagórico (producto de una ilusión) que dota a la mercancía de valores, símbolos y significados que por sí misma como objeto no puede contener al tratarse de una cosa palpable. También conviene considerar, con el ánimo de encontrar equivalencias, que el fetichismo de la mercancía ilumina el carácter místico de la existencia material en condiciones de capitalismo. José A. Zamora indica que esto llevó a Walter Benjamin a afirmar que el capitalismo “en primer lugar se trata de una religión puramente cultural, sin dogmática ni teología. Está orientada a una práctica ritual. Un rasgo que la identifica como religión pagana. En segundo lugar, su culto es continuo, no conoce pausas ni treguas. Todos los días son festivos, el ciclo de producción y consumo no tiene interrupción ni conoce descanso.” (en Amengual, 2008, p. 107)¹⁴ Se trataría de una forma de religión fomentada por el proceso de secularización del mundo que la mentalidad

¹⁴ Zamora agrega que “A los ojos de Benjamin el capitalismo actúa como un parásito que absorbe la sustancia de las religiones que le han precedido, especialmente el cristianismo. Para abandonarlas como cáscaras vacías. Se apropia de sus elementos míticos para ‘construir su propio mito’” (en Amengual, 2008, p. 107)

burguesa impulsa, de tal modo que las palabras de Benjamin toman un cariz tan elocuente que es casi chocante.

Habrá que apuntar que a estas propuestas teóricas se suman otras interpretaciones también recientes en lo que se refiere a los campos de manifestación subjetiva de semejantes fenómenos; a modo de ejemplo, Slavoj Zizek recurre a la teoría psicoanalítica de corte lacaniano para hacer una equivalencia entre las mercancías y los sueños porque, según su propuesta, ambos comparten la forma, el contenido y el síntoma (deseo inconsciente), tal como puede verse en el siguiente cuadro:

LA MERCANCÍA		
FORMA:	CONTENIDO:	SÍNTOMA:
Mercancía tal como la vemos.	Relaciones de producción.	Deseo inconsciente que oculta la mercancía.
EL SUEÑO		
FORMA:	CONTENIDO:	SÍNTOMA:
Las imágenes del sueño tal como se presenta.	Los símbolos que las imágenes del sueño contienen.	Deseo inconsciente, oculto en el sueño.

Elaboración propia con base en "El sublime objeto de la ideología" (Zizek, 2003).

Zizek explica que el síntoma se caracteriza por ser algo que escapa a toda posibilidad de simbolización, es decir, que el deseo inconsciente es una manifestación psicológica mas no es el símbolo mismo; igualmente, el síntoma demuestra su existencia con la permanencia de relaciones desiguales encubiertas con aspectos como los valores

burgueses de libertad e igualdad. Lo importante para nosotros en el discurrir del esloveno es la coincidencia en el asunto de la impronta de una subjetividad peculiar adherida al mundo de las cosas en el modo de producción capitalista, subjetividad que se caracteriza por la transformación de la mercancía en fetiche que incita los deseos del individuo y que se expresa en una estructura simbólica correspondiente.¹⁵

Se trataría de algo cercano al planteamiento benjaminiano de identificar equivalencias alegóricas y psicológicas entre los sueños y las mercancías, pues como señala Susan Buck-Morss “Como las imágenes de los sueños, los objetos urbanos, las reliquias del siglo pasado eran jeroglíficos, pistas para acceder a un pasado olvidado. El objetivo de Benjamin era interpretar, para su propia generación, estos sueños-fetiche en los que los rastros de la historia habrían sobrevivido en forma fosilizada”. (Buck-Morss, 1995, p. 57)

Reintegrando esta lógica con lo señalado arriba por José A. Zamora podemos acompañar la idea de que

Para Benjamin, el carácter de la mercancía conforma todas las manifestaciones culturales, ya sean estas de tipo literario, arquitectónico o estén referidas a la cotidianidad. Dichas manifestaciones poseen, según él, calidad onírica. (...) Benjamin parte, igual que el psicoanálisis, de la existencia de una “represión ocultadora”, como contexto generador de la fantasmagoría: represión de la angustia, de la producción de mercancías como núcleo determinante de la sociedad, represión de la revolución no realizada, del dominio del valor de cambio de las mercancías, del antagonismo de clases, etc.

¹⁵ Habrá que decir que ya antes que Zizek, Freud y Simmel habían recurrido a estructuras explicativas semejantes para arrojar luz sobre lo social. Como Juan Pablo Garavito nos indica: “...el de Freud y el de Simmel son movimientos intelectuales que utilizan la sinécdoque, al transformar tanto el dinero como los sueños en ejemplos privilegiados de mecanismos mucho más complejos, en los que se verán reflejados por un lado el funcionamiento psíquico de todo del individuo (Freud), o por otro, los sistemas de relación de la sociedad moderna (Simmel). Ambos emprenden un recorrido que los lleva desde los detalles particulares, hasta las grandes unidades de sentido histórico-culturales”. (Garavito, 2007, pp. 40 y 41)

La represión en cuanto tal es inconsciente. Y las fantasmagorías representan la autoimagen de esa sociedad, una imagen de sí misma que es resultado de reprimir precisamente el dato fundamental de que ella es esencialmente una sociedad productora de mercancías. (...) Este carácter fantasmagórico de toda la cultura constatado por Benjamin hace de esta una transfiguración engañosa de la realidad, imagen desiderativa e ideal. El esplendor, la superficie de esa realidad, adquiere poder estupefaciente. Esto significa que no sólo el arte se ha vuelto mercancía, sino que la mercancía a su vez se ha transformado en arte, ha adquirido carácter fantástico y onírico. (En: Amengual, 2008, p. 119)

Podría decirse que el sentido simbólico de los objetos ha existido en toda la historia de la humanidad, no obstante, el asunto particular hacia el que el fetichismo de la mercancía nos remite es que son relaciones estandarizadas, mecanizadas y exclusivamente delineadas por la estructura comercial capitalista las que dotan de “valor” a dichos productos; a su vez, el fetichismo de la mercancía se imbrica esencialmente con la alienación económica y con la cosificación (objetivación en cosas) del trabajo abstracto, aspectos de los que, desde luego, no podemos encontrar equivalencias semejantes en otros periodos de la historia.¹⁶

Desde esta perspectiva, el fetichismo de la mercancía estaría en el centro de interés del psicoanálisis por los aspectos que oculta; en este sentido

El fetichismo de la mercancía (así como la remodelación urbana) pueden ser vistos como un caso de manual del concepto freudiano de desplazamiento: las relaciones sociales de explotación de clase, se trasmutan en relaciones entre cosas, ocultando así la situación real con su potencial de peligro para una

¹⁶ A modo de ejemplo, en el feudo de la Edad Media no existían intermediarios en el intercambio entre productores y consumidores; de ese modo, el comercio no existía o sólo se ejercía con otros feudos cuando había remanentes después de ser cubiertas las necesidades locales. Será entonces la actividad de empresa capitalista la que multiplicará la intermediación y las consecuentes diferencias de precio entre un producto recién creado y el precio en el que es finalmente vendido.

revolución social. Es políticamente significativo que hacia fines del siglo XIX, el sueño burgués de la democracia haya sufrido esta clase de censura: la libertad se vuelve equivalente a la capacidad de consumo. Benjamin escribe que la *egalité* generó su propia “fantasmagoría” y que “la revolución” vino a significar “venta de saldos” en el siglo XIX. (Buck-Morss, 1995, 312)

Asumir este análisis que coloca a la mercancía en el centro de la discusión, nos llevará indefectiblemente a la idea de que igualmente el dinero y el capital son fetiches económicos debido a que también en ambos aparecen como cosas las relaciones sociales que contienen siendo específicamente el capital a interés lo que, según Marx, manifiesta el grado más extremo de fetichismo, debido al hecho de que el valor es “valorizado por sí mismo”; el capital a interés reduce crudamente como cosas a las relaciones sociales que le dieron origen.

Aquí conviene integrar la propuesta personal de que el fenómeno del fetichismo de la mercancía también aplica al ámbito de los servicios, más aún en sociedades capitalistas contemporáneas en las cuales los servicios a los que accede un individuo se presentan a menudo como instancias diferenciadoras con las que el sujeto busca apuntalar simbólicamente su estatus social (como ocurre con el hecho de acudir a eventos musicales y espectáculos que están fuera del alcance de las mayorías); igualmente, puede experimentar, al contratarlos, que está disfrutando del “bienestar” bajo la forma en que las sociedades actuales lo afirman y promueven; además, si asumimos que también la industria de los servicios se encuentra actualmente concebida desde los mismos criterios empresariales y a partir de los mismos procesos de cuantificación y automatización de otras áreas productivas, podemos reiterar que, entonces, el fetichismo de la mercancía como concepto es aplicable también a los fenómenos psicológicos, sociales y económicos integrados en la

dimensión de los servicios, aunque desde luego, somos conscientes de las obvias diferencias entre algo que se objetiva en un cosa material de aquello que no es concretamente palpable. Tomar en consideración entonces, algo así como un “fetichismo de los servicios”, atiende el hecho de que Marx ni Lukács prestaron al sector servicios un interés equivalente al de la mercancía, quizás por el hecho de que en sus días, dicho sector no tenía el inmenso significado y la abrumadora importancia económica que hoy supone para las sociedades contemporáneas y de lo cual dan cuenta numerosos autores.¹⁷

En suma, y volviendo a la propuesta de Marx, si en los Manuscritos de 1844 tenemos la negación humana que la alienación implica, en El Capital encontramos la descripción del carácter fetichista de los objetos (mercancías, dinero y capital, y en nuestra perspectiva, también los servicios) en los que las relaciones entre humanos se materializan; en pocas palabras, de la alienación del individuo concreto pasamos a la fetichización de una relación social: una presentación en forma concreta de la alienación de la producción de mercancías en una sociedad capitalista.¹⁸ En el siguiente esquema simplificado podemos observar ambos conceptos en su contraste.

Alienación	Fetichismo de la mercancía
Descrita en los Manuscritos de 1844	Descrito en El Capital

¹⁷ Como es el caso de Gilles Lipovetsky, autor que ha tratado el asunto del “capitalismo estético” y la “hipermodernidad estetizada”.

¹⁸ Las manifestaciones de la alienación se presentan en otras áreas de la experiencia humana como ocurre con la *alienación* de la conciencia humana generada por la política, por la religión y por la ideología, las cuales tienen en el Estado, en Dios y en las teorías, sus sucesivos aspectos enajenantes.

Alienación de la esencia humana	Alienación de las relaciones sociales
Concepción filosófica y especulativa	Teoría científica sobre la producción capitalista

Elaborado a partir de Adolfo Sánchez Vázquez (Sánchez Vázquez, 2003)

Tras haber visto que la producción de mercancías constituye una relación social entre productores que implica diversos tipos de habilidades y cantidades de trabajo que son consideradas como valores, una pregunta es la de bajo qué forma esta relación aparece ante los productores y la sociedad en su conjunto ya que para los trabajadores se presenta como una relación social que no existe entre ellos mismos sino entre los productos de su trabajo. Este cuestionamiento nos lleva al hecho de que el fetichismo de la mercancía es el ejemplo más simple y universal del modo por el que las formas económicas del capital ocultan las relaciones sociales: así ocurre cuando el capital es visto como la fuente del beneficio económico cuando en realidad toda riqueza se origina en la plusvalía obtenida en procesos previos de producción. Igualmente, el fetichismo de la mercancía es una forma simple de percibir la dicotomía entre la apariencia y la realidad oculta, lo cual es fundamental para el análisis de la ideología, como en su momento lo haría Walter Benjamin a través de una especulación de orden filosófico enfocada en iluminar aquellos espacios de la conciencia ensombrecidos por el carácter enajenante de las mercancías.

Como puede inferirse, el fetichismo de la mercancía nos habla de propiedades sociales de las cosas que equivocadamente la conciencia asume como propiedades naturales que se convierten en un poder real de dominio que el ser humano no puede controlar, debido a que su contenido social no es visible sino sólo a través de análisis teóricos; así,

la doctrina del fetichismo y la teoría del valor de Marx se encuentran indisolublemente vinculadas permitiendo ilustrar el lugar que ocupa el trabajo en la sociedad burguesa.

Si el trabajo en sí mismo es un universal humano, sólo en el capitalismo la producción y el intercambio de mercancías adquieren su expresión como propiedades objetivas de los productos mismos, como su valor. Sólo en el capitalismo el mercado genera una despersonalización de las relaciones humanas entre productores de tal modo que las cosas se vuelven portadoras de una característica social históricamente específica, así, la ilusión del fetichismo refleja la fusión de las características sociales y sus circunstancias materiales; el valor parece inherente y natural a los productos; encarnan un valor; se plantan como la apariencia de un poder que en realidad es social. El encubrimiento se vuelve, de este modo, la carta de presentación particular del capitalismo; en él las relaciones subyacentes representadas por la ocultación del trabajo social detrás del valor de cambio de las mercancías reflejan cómo el salario encubre la explotación humana de tal modo que se legitima falsamente una condición injusta.

El análisis más acabado, al menos hasta mediados del siglo XX en lo que a este asunto se refiere corresponderá a Georg Lukács. Hemos estado insistiendo en estas ideas dada la complejidad epistemológica que suponen, para ello, desde luego, necesitamos recurrir nuevamente a dicho autor para vislumbrar la ruta analítica que le llevó a asentar la que sería una propuesta por antonomasia del marxismo moderno. A él nos remitiremos a continuación.

La mercancía como marca de la reificación. Un diálogo con Lukács, primera parte

Con base en la propuesta hegeliana y fiel a su personal inspiración materialista, Lukács entiende el devenir (la historia) por la forma como es experimentado por los hombres aun cuando este proceso haya dado inicio en la conciencia natural del individuo; éste percibe a la sociedad como algo dado, inmediato e independiente colocado en la historia; para un siguiente momento el individuo observa ese mismo tránsito temporal pero ahora como una totalidad social concreta, con lo que por fin alcanza el conocimiento absoluto. Lukács observa que este es el punto que llevará a Hegel a realizar una mirada retrospectiva para divisar los momentos en que el espíritu ha alcanzado el conocimiento de sí mismo así como el conocimiento de las leyes que gobiernan el movimiento de la historia (Lukács, 1972, pp. 456 y 457).

Como puede deducirse, Lukács destaca la exposición del proceso dialéctico de Hegel bajo una dimensión antropogénica para fortalecer la base marxista de su propio trabajo; se desprende también la importancia que Hegel dio al individuo como ser inseparable de sus relaciones sociales aun cuando éste último no llegó al grado de argumentación materialista propio de sus predecesores y pese a que incurrió en dar por sentado al capitalismo como organización social general y no como modo de producción específico, lo cual generó que su sistema filosófico no fuera el indicado para realizar la crítica teórica de la modernidad.

Lukács incorporaría otros elementos de análisis como la burocracia, planteamiento para el cual se serviría del trabajo de Max Weber, y del dinero, para lo cual ocuparía a Georg Simmel. Así, lo que Marx había signado como ciertos rasgos del mundo capitalista, Lukács lo identificó como un problema estructural de la sociedad, como una falencia contemporánea en la que las relaciones entre personas se cosifican a tal grado que se

presenta una suerte de automatismo traducido en una objetividad fantasmática (ilusoria o fruto de la imaginación) que es asumida como algo estrictamente racional y global que oculta por completo el fundamento humano del que proviene.¹⁹

Es de este modo que Lukács no se limita a una interpretación de economía política sino que plantea el efecto que la producción de mercancías tiene en todos los ámbitos de la vida social. Es decir, su análisis es una suerte de continuación de los planteamientos de Marx acerca de la alienación, ya que Lukács expone cómo el individuo es víctima de un extrañamiento de sí mismo, al grado que su alma y su conciencia se convierten en artículos de consumo susceptibles de contabilizarse. Para él, esto no es un resultado concreto y estable sino un proceso que se reproduce a sí mismo, de tal manera que la reificación se adhiere cada vez con mayor contundencia en la conciencia de los individuos.

Estas pautas de análisis, no obstante, significaron que el marxismo institucional representado por instancias como la Tercera Internacional, tacharan a Lukács de idealista y hegeliano por lo que el reconocimiento de su trabajo en el tema de la reificación tuvo que esperar hasta después de la Segunda Guerra Mundial para ser atendido porque hasta ese momento, fuera de la Escuela de Frankfurt, se había privilegiado el tema específico del proceso de alienación del trabajo en su carácter de despojo. El rescate de Lukács significó también un reconocimiento con mayor interés de parte de otros autores como Heidegger, quien en *Ser y Tiempo* señalaba que la ontología antigua trabajaba de tal modo con

¹⁹ Luc Boltanski y Eve Chiapello también parten del trabajo de Weber para señalar que “El espíritu del capitalismo es, precisamente, este conjunto de creencias asociadas al orden capitalista que contribuyen a justificar dicho orden y a mantener, legitimándolos, los modos de acción y las disposiciones que son coherentes con él. Estas justificaciones –ya sean generales o prácticas, locales o globales, expresadas en términos de virtud o en términos de justicia– posibilitan el cumplimiento de tareas más o menos penosas y, de forma más general, la adhesión a un estilo de vida favorable al orden capitalista.” (Boltanski y Chiapello, 1999, p. 46)

conceptos cosificados que surgía de ese modo un fuerte riesgo de “cosificación de la conciencia” (Bottomore, 2001, p. 465).²⁰

Uno de los aspectos que hizo a Lukács afirmar que la reificación era un problema específico del capitalismo moderno fue su consideración de que al igual, el fetichismo de la mercancía, la alienación y la cosificación inherente a estas condiciones, se presentan con una intensidad creciente en comparación con lo que Marx pudo percibir en su momento. Si bien el comercio y los vínculos mercantiles han existido en otros momentos históricos, lo que al húngaro le interesa es identificar las consecuencias estructurales de dichas condiciones en la totalidad de la existencia interna y externa de los individuos en sociedad. Si asumimos que en condiciones de capitalismo la forma mercantil es una realidad dominante y ubicua, entonces ejercerá una influencia decisiva en las manifestaciones de la vida. Esto contrasta con otros puntos de la historia en los que el comercio se presentaba de manera episódica o no definitiva de la vida social, al encontrarse aún el valor de cambio de los objetos producidos directamente vinculado con su valor de uso.

En efecto, para Lukács, las sociedades capitalistas modernas manifiestan formas de objetividad cualitativamente diferentes en las que la “forma mercancía” se establece como forma constitutiva de la sociedad penetrando todas las manifestaciones vitales y estableciéndose como categoría universal del ser social con lo que su naturaleza esencial puede ser observada, de tal manera que es sólo en este contexto que la reificación surgida de las relaciones comerciales adquiere un significado decisivo que interviene en el

²⁰ Más adelante revisaremos con mayor detalle el asunto de la forma como distintos autores han asumido la cosificación, aspecto que ha sido motivo de polémica dado que por una parte está la noción de ese concepto como referencia al fenómeno de la materialización de las relaciones sociales en la mercancía y, por otra, la idea de que se trata de una progresiva reducción a cosas de los individuos y de su subjetividad en el entorno de una sociedad capitalista de mercancías.

desarrollo social y en la actitud de los individuos, al grado de que las acciones de estos mismos someten su propia conciencia a las formas en que se manifiesta dicha reificación.²¹

Este proceso adquiere plena notoriedad cuando el trabajador asume que su fuerza de trabajo *es una mercancía* que le pertenece. Esto se conecta con el sentido pleno de la división del trabajo y de su concreción como trabajo abstracto, es decir, como actividad social que aglutina a todos los trabajos individuales (pero con actividades fragmentadas entre sí), de tal modo que es posible cuantificarlo a través del tiempo de trabajo necesario para la producción de la mercancía lo cual es, igualmente, un rasgo particular de la sociedad capitalista. Como Lukács lo dice:

Sólo queremos hacer ver que el trabajo abstracto, igual, comparable, medido con precisión creciente por el tiempo de trabajo socialmente necesario, el trabajo de la división capitalista del trabajo, a la vez como producto y como condición de la producción capitalista, sólo puede surgir en el curso de la evolución de ésta, y sólo en el curso de esta evolución se convierte en una categoría social que influye de manera decisiva en la forma de objetividad tanto de los objetos como de los sujetos de la sociedad que así nace, de su relación con la naturaleza y de las relaciones posibles en su seno entre los hombres. (Lukács, 1970, p. 115)

Esta sentencia de Lukács supone la reiteración de la idea fundamental; la predominancia del modo de producción en la caracterización de la existencia fenoménica; en ello, un aspecto definitivo será la fragmentación del proceso laboral en operaciones parciales y mecanizadas que escinden la relación del trabajador con lo producido y que se

²¹ Debemos puntualizar que en la edición de Historia y conciencia de clase de la que nosotros nos servimos, el término usado por el traductor es “cosificación”; pero como hemos dicho, nosotros deseamos usar “reificación”, dado que es el vocablo al que más se ha recurrido tanto en otras ediciones como en los análisis que refieren dicha obra. Es así que en cada cita textual nosotros hicimos la modificación correspondiente.

van adhiriendo terminantemente en la conciencia del trabajador. Esto indefectiblemente habrá de conducir hacia una descomposición psicológica determinada por la tensión constante que implica la existencia de numerosos sistemas parciales racionalizados, pero unificados a través de cálculos mecánicos que llevan a que la relación intersubjetiva humana se clausure hasta convertirse sólo en una contingencia. De esto habrá de desprenderse la creciente falta de coincidencia entre la mercancía y su valor de uso efectivo.

Si asumimos lo descrito como un fenómeno que se repite en todas las instancias de la producción de una sociedad capitalista, identificaremos una generalizada yuxtaposición de valores de uso totalmente heterogéneos correspondientes con una infinidad de mercancías cuyos procesos de producción particulares se encuentran fragmentados. Frente a esta dislocación de lo producido, Lukács afirma que habrá también una dislocación del sujeto que lo creó ya que es incorporado como una parte mecanizada más del sistema el cual aparece como acabado, cerrado e independiente respecto a él. Esto es lo que él observa como una transformación de la actividad en una “actitud contemplativa” frente a un proceso regulado mecánicamente que es independiente de la influencia humana que el trabajador representa. Puede inferirse de este contexto que al estar reguladas las actividades humanas de una manera rígida, el transcurso del tiempo involucra su estandarización; con ello se pierde el carácter cualitativo y cambiante del tiempo concretándose en una forma conmensurable cuya racionalización alcanza también a los individuos.²²

²² En una adecuación contemporánea de esto, Stefan Gandler señala que “...la economía capitalista se basa necesariamente sobre el concepto del tiempo como algo lineal e inmutable. Esta concepción es ciertamente sagrada para la ideología dominante, porque el tiempo es la única medida que tiene la forma económica existente hoy en día, prácticamente sobre toda la tierra para comparar lo que en sí es incomparable: el trabajo distinto de seres humanos distintos”. (Gandler, 2005, p. 46).

Podemos ver así el afianzamiento de la cosificación de la fuerza de trabajo que había comenzado con el ingreso del trabajador al proceso tras haber ofrecido como mercancía esa misma fuerza de trabajo. Así, la normalización de estas condiciones en la vida cotidiana hace que el individuo, integrado en esta forma a un sistema ajeno a él, se convierta en un espectador impotente de las vicisitudes de su existencia y que al mismo tiempo pierda sus vínculos laborales y comunitarios dada la segmentación mecánica del proceso de producción.

A la suspicacia posible de que por qué asignar de manera tan tajante estos rasgos a la sociedad capitalista moderna se responde que es precisamente en este modo de producción en el que se ha presentado la masificación del trabajo racionalmente mecanizado como el *quid* de la actividad económica y social en contraposición con las colectividades naturales del pasado en las que los rasgos de la cotidianidad correspondían con su entorno. Lukács afirma que como las condicionantes actuales son las del capitalismo en una forma casi axiomática, la posición del obrero se convierte en el destino de toda la sociedad ya que el proceso de trabajo requiere de que precisamente esto ocurra así; que nada escape de la conmensurabilidad del proceso de trabajo que el capital representado por las empresas requiere. La conclusión inevitable sobre estas tendencias es que la totalidad de las condiciones de la existencia económica y social actuarán en esa dirección de tal manera que las relaciones humanas originales son remplazadas por relaciones racionalmente reificadas.

Un aspecto paradójico en apariencia es que la atomización de la vida social en actos aislados de intercambio de mercancías permite la aparición del trabajo libre moderno; ello supone que el individuo directamente creador de los productos también sea considerado

como uno más de los elementos del proceso productivo que deben ser eficientados de la mejor manera posible. Esta pulverización del ser humano asumida en la conciencia será el fiel reflejo (como apariencia) del hecho de que las leyes de la producción capitalista han cooptado al resto de las manifestaciones de la vida social con lo que la existencia de todos los individuos será condicionada por completo por las leyes de una unidad; no obstante

...esta apariencia es necesaria en cuanto apariencia. Dicho de otro modo, la confrontación inmediata, así en la práctica como en el pensamiento, del individuo con la sociedad, la producción y la reproducción inmediatas de la vida —siendo, para el individuo, la estructura mercantil de todas las “cosas” y la conformidad de sus relaciones a “leyes naturales” algo preexistente bajo una forma acabada, algo dado que no puede ser suprimido—, no podrían desenvolverse más que en esa forma de actos aislados y racionales de intercambio entre propietarios aislados de mercancías. Como ya hemos repetido, el trabajador tiene necesariamente que verse a sí mismo como el “propietario” de su fuerza de trabajo considerada como mercancía... Esta objetivación racional enmascara ante todo la reificación inmediata —cuantitativa y cualitativa— de todas las cosas. (Lukács, 1970, p. 119)

Este contexto permite vislumbrar que la convivencia humana oculta la ubicuidad de la relación mercantil, la cual obnubila las relaciones de los individuos entre sí y de ellos con la realidad material convertida en mercancía, la cual, para la conciencia reificada, será la verdadera representante de la vida social; este proceso manifiesta una suerte de afirmación autorreferencial que permitirá al sistema capitalista y a la reificación inherente a él, incrustarse cada vez con mayor profundidad en la conciencia de los individuos.²³ Para el autor húngaro, y como habíamos ya señalado, el capital a interés representa el epítome de

²³ Lukács no deja de hacer un duro señalamiento a la filosofía de sus días al afirmar la inconsecuencia que implica el desinterés por el análisis crítico; como él afirma, “hay pensadores que no quieren negar o camuflar el fenómeno, que hasta han visto más o menos claramente sus consecuencias humanas desastrosas, permanecen en la inmediatez de la reificación y no hacen ninguna tentativa por rebasar las formas objetivamente más derivadas, más alejadas del proceso vital propio del capitalismo y, por tanto, las más exteriores y vacías, para penetrar hasta el fenómeno originario de la reificación”. (Lukács, 1970, p. 121).

este proceso de reificación en las sociedades, ya que “la forma de interés, la forma simple del capital, antepuesta a su mismo proceso de reproducción; la capacidad del dinero o, respectivamente, de la mercancía, de valorizar su propio valor independientemente de la reproducción. [es] la mistificación capitalista en su forma más descarada”. (Lukács, 1970, p. 121).

La noción ausente, poco clara o de plano indiferente de los individuos sobre los fundamentos económicos que explican la reificación, permitirán a su vez las conductas sociales y tendencias que la producción capitalista exige para su permanencia exitosa; esto favorece el surgimiento de un “estado de derecho” que corresponde con su estructura y que tiene sus visos más claros de racionalización en la formalización jurídica, la cual, como sabemos, en los linderos de una unidad política aspiran a ser aplicables de manera absoluta y sin excepciones. Algo coincidente con lo que señalaba Mijail Bakunin al señalar que

La inmensa mayoría de los individuos humanos, no solamente en las masas ignorantes, sino también en las clases privilegiadas, no quieren y no piensan más que lo que todo el mundo quiere y piensa a su alrededor; creen sin duda querer y pensar por sí mismos, pero no hacen más que reproducir servilmente, rutinariamente, con modificaciones por completo imperceptibles y nulas, los pensamientos y las voluntades ajenas. Esa servilidad, esa rutina, fuentes inagotables de la trivialidad, esa ausencia de rebelión en la voluntad de iniciativa, en el pensamiento de los individuos son las causas principales de la lentitud desoladora del desenvolvimiento histórico de la humanidad (Bakunin, 2008, pp. 88 y 89)

La generalización de este constructo de la conciencia bajo un régimen capitalista es un fenómeno que no se limita a la actitud del trabajador frente a la máquina elevada a fetiche; igualmente el resto de actores sociales mostrarán procesos equivalentes de

asimilación en la estructura de su conciencia, como ocurre con el empresario frente a las novedades de la tecnología industrial o de los científicos respecto a los avances de la ciencia cuando concentran su atención en la rentabilidad que podría obtenerse de dichos progresos. Al respecto, José A. Zamora indica que

Lo que impide convertir dicha innovación [técnica] en más tiempo disponible, es decir, en posibilidad de desaceleración del ritmo vital, es la dialéctica entre tiempo concreto y tiempo abstracto, el hecho de que cada vez sea necesario producir más riqueza material por unidad de tiempo para obtener el mismo beneficio así como la exigencia de hacer circular y consumir lo producido a una mayor velocidad para darle salida. La aceleración de la producción por medio del crecimiento de la productividad obliga, pues, a un incremento de la cantidad de producción, es decir, al “crecimiento económico”, si se quiere mantener el desempleo en niveles que no hagan peligrar al sistema. (...) Por tanto, para comprender la “economía del tiempo” capitalista es necesario atender al cambio de finalidad de la economía: de la satisfacción de necesidades a la producción de beneficio. (...) La nueva finalidad impone un aumento imparable de la producción y la productividad en una especie de carrera impulsada por la necesaria búsqueda de ventajas comparativas basadas en una eficacia medida en tiempo. Este pasa a ser un bien escaso y mercantilizado. (En: Amengual et al. 2008, p. 88)²⁴

Lo dicho hasta aquí es otra de las peculiaridades del capitalismo como fenómeno histórico; ha sido el primer modo de producción instaurado de manera generalizada para la sociedad junto con una estructura de la conciencia correspondiente; en ello, las relaciones mercantiles se metamorfosean en cosas al grado de que se proyecta una falsa imagen frente a la conciencia (una “objetividad fantasmagórica” diría Lukács) en la que las capacidades

²⁴ Lipovetsky y Serroy señalan que “El modelo estético de existencia volcado al consumo que promueve dista mucho de ser sinónimo de vida bella, hasta tal punto es inseparable de la adicción y la impaciencia, del sometimiento a los modelos comerciales, de una relación con el tiempo y el mundo dominado por los imperativos de rapidez, rendimiento y acumulación. Una vida estética digna de este nombre no debería estar prisionera de los límites de las normas del mercado ni realizarse en un universo víctima de la precipitación y la urgencia”. (Lipovetsky y Serroy, 2015, p. 28)

mentales y cognitivas del individuo son asumidas como “cosas” que cada quien “posee” y “exterioriza” como si se trataran también de objetos palpables. Tratadas de este modo y gracias a la división capitalista del trabajo “libre” las potencialidades subjetivas de cada persona tienden también a convertirse en rótulos que permitirán su ubicación en el punto que mejor convenga al sistema en su conjunto:

...la división del trabajo disloca a todo proceso orgánicamente unitario de la vida y del trabajo, lo descompone en sus elementos, y hace que esas funciones parciales racional y artificialmente aisladas sean ejecutadas de la manera más racional por “especialistas” particularmente adaptados a ellas síquica y físicamente. Esta racionalización y este aislamiento de las funciones parciales tienen como consecuencia necesaria el que cada una de ellas se torne autónoma y tenga tendencia a seguir su evolución por sí misma y según la lógica de su especialidad, independientemente de las demás funciones parciales de la sociedad (o de la parte a que pertenece en la sociedad). Y se comprende que esa tendencia se incremente al aumentar la división del trabajo, y su racionalización. (Lukács, 1970, p. 129)

En fin que la lectura que Lukács hace de la mercancía como representación por antonomasia de la vida social capitalista, permite la inicial reflexión acerca de los horizontes de posibilidad para la abolición de la reificación. Al tratarse de una postura materialista, el autor evidentemente colocará la actividad humana como centro de gestación de ese vuelco real y de la conciencia; en este entendido, la actividad revolucionaria deberá emerger del punto del espectro social más agraviado por la persistencia del capitalismo mercantil, es decir, los trabajadores como generadores del valor que a final de cuentas sostiene a todo el entramado social. Esto último nos remite no sólo a que los trabajadores cuentan con un potencial subversivo que, sin embargo, no han dimensionado, sino que

también existe una situación de injusticia que por una elemental ética normativa, debe ser transformada.

El punto de vista del proletariado. Un diálogo con Lukács, segunda parte

La visita que hace Lukács al asunto del proletariado ocupa un lugar fundamental en Historia y conciencia de clase pues puede considerarse como un capítulo con el que Marx hubiera querido dar continuidad al tema del trabajador en la sociedad capitalista. El autor húngaro tiene el mérito de concretar con claridad las disyuntivas de clase implicadas manteniendo una postura crítica de sofisticado cuño filosófico; en suma, la intención de Lukács es colaborar con la argumentación sobre el papel histórico del proletariado para la superación de las antinomias que la realidad capitalista implica.

En ese sentido, el esquema de la economía mercantil supone un tipo particular de realidad social en la que la posición de los trabajadores es el fundamento de su existencia; podemos afirmar esto y no que el capital sea dicho fundamento si asumimos, como decíamos arriba, que son los trabajadores quienes crean el valor sobre el que todo el entramado en su conjunto se basa para su permanencia; en suma, es el proletariado el producto nodal del orden social capitalista al expresarse en dicha clase una violenta deshumanización de las manifestaciones de la vida, pues es en ella donde se presenta la reificación con toda contundencia.²⁵

²⁵ Giles Lipovetsky afirma que el capitalismo actual se caracteriza por un enorme potencial de estetización del mundo, particularmente por la vía de elementos como el fuerte atractivo visual de los productos cotidianos, ello genera que a su vez los compradores se conviertan en “consumidores estéticos”; no obstante, y como trataremos en capítulos posteriores, este peculiar sentido estético promovido por el capitalismo no implica que las condiciones del factor trabajo igualmente se hayan liberado hacia múltiples opciones para la libertad de elección; particularmente en el caso de las economías subdesarrolladas, las circunstancias laborales siguen el paradigma de una existencia muy precaria y simbólicamente oprimida, la cual puede ser corroborada con la

Lo que aquí vemos es la posibilidad de que las observaciones de Lukács tengan verificativo en nuestros días si asumimos que el tratamiento original de Marx de considerar dos clases sociales en controversia (burguesía y proletariado) puede extenderse hacia otros sectores poblacionales de los que quizás consideremos en una primera observación que no tienen una clara identidad con algunas de estas dos categorías. Como Lukács lo dice, sirviéndose para ello de una cita de Marx,

...el proletariado aparece como el producto del orden social capitalista. Sus formas de existencia están hechas de tal modo —como se ha demostrado en la primera parte—, que la reificación debe expresarse allí necesariamente de la manera más notable y penetrante, al producirla la deshumanización más profunda. El proletariado comparte, pues, con la burguesía la reificación de todas las manifestaciones de la vida. Marx dice: “La clase poseedora y la clase del proletariado presentan la misma alienación de sí del hombre. La primera clase se siente, sin embargo, a gusto en esa alienación de sí y se siente allí confirmada; sabe que la alienación es su propio poder y posee en ésta la apariencia de una existencia humana; la segunda se siente aniquilada por la alienación, advierte en ella su impotencia y la realidad de una existencia inhumana...” (Lukács, 1970, p. 175)

Como en otras partes de este trabajo veremos, las percepciones diferenciadas de los individuos respecto a la producción mercantil, no se debe a que se encuentren en universos sociales disímiles o en diferentes modos de producción económica; se debe a que simplemente ocupan lugares distintos en la misma estructura de dominio. Ello les lleva a ser víctimas de la fantasmagoría de la conciencia la cual les impide percibir de manera crítica el carácter condicionado de su punto de vista. Ya en otro momento Lukács había

profunda desigualdad que separa a millones de trabajadores de los dueños del capital en esas mismas naciones.

indicado un aspecto análogo a esto al reflexionar acerca del sentido de la llamada “Historia Universal”; para él, no podríamos dar este epíteto a un análisis del pasado si no se recurre a una filosofía de la historia concretizada en un sistema de valores y principios específicos que den trascendencia a una totalidad en el tiempo. Por el contrario, una temporalidad comprendida en forma fragmentada provocaría que todas las áreas de nuestra vida se vieran forzadas a reflejarse como manifestaciones de fenómenos particulares e independientes; los ejemplos palpables saltan a la vista en la convivencia cotidiana, aunque Marx en particular utiliza el caso del maquinismo para ilustrarlo. Él afirma que los antagonismos del uso de las máquinas no se deben a estos artefactos en sí mismos sino en la utilización capitalista de ellos; ello se observa con suma claridad con el hecho de que mientras las máquinas permiten acortar el tiempo de trabajo, su uso capitalista extiende la jornada laboral; de este modo se desnuda el hecho de que un triunfo del ser humano sobre la naturaleza es trastocado por completo haciendo que se convierta ahora en una nueva forma de subordinación.²⁶

Estas condiciones de la realidad inmediata no son percibidas en su efectiva significación ya que para su identificación se requiere, indefectiblemente, comprender la totalidad del proceso de evolución histórica en la que se vislumbra la interacción, como sistema, entre las relaciones y los objetos. Esto último esboza la principal falencia en la que

²⁶ Como más adelante veremos, Walter Benjamin hace sobre este entendido la moción de que en efecto, la tecnología por sí misma no es el problema de origen de la subordinación del individuo frente a dichos avances sino el concepto de progreso que la modernidad ha concebido convirtiendo a la tecnología en un fetiche; pero además, Benjamin indica que buena parte de la intelectualidad marxista incurrió en el error positivista de pensar que el uso revolucionario de la tecnología se lograría automáticamente con el cumplimiento de la evolución histórica que vería el paso inevitable de la economía capitalista hacia el triunfo del proletariado. Aún más; para escándalo de estos marxistas ortodoxos, Benjamin expresó que quizás las revoluciones no sean las locomotoras de la historia mundial como decía Marx, sino son aquellos momentos en que el género humano, encaramado en este tren, acciona el freno de emergencia (Gandler, 2005, p. 77).

incurren el pensamiento y el ser histórico burgués al no identificar su propio ser y origen y limitarse, en cambio, al punto de vista de la estricta inmediatez.

Nuestras explicaciones precedentes han mostrado, lo esperamos, bastante claramente que esta mediación precisamente ha faltado y debía necesariamente faltar en el pensamiento burgués. En el plano económico ello ha sido demostrado por Marx en innumerables pasajes; las falsas representaciones que la economía burguesa se hace del proceso económico del capitalismo han sido expresamente reducidas a la falta de mediación, al despojo metódico de las categorías de la mediación, a la aceptación inmediata de formas derivadas de la objetividad, al hecho de detenerse en el plano de la representación simplemente inmediata... lo que debía ser derivado de la mediación y comprendido por ella se convierte en el principio aceptado y valorizado de la explicación de todos los fenómenos: la facticidad inexplicada e inexplicable de la existencia y del ser-así de la sociedad burguesa adopta el carácter de una ley eterna de la naturaleza o de un valor cultural de validez intemporal. (Lukács, 1970, p. 181)

Esta inclinación por relativizar la noción histórica es lo que representa una más de las antinomias del pensamiento burgués; trivializar las experiencias de la vida para vivirlas con una actitud meramente contemplativa en la que el sujeto se encuentra separado de la relación con el objeto, siendo, además, víctima de la alienación de su conciencia, esa que impide discernir a los objetos de la experiencia como momentos particulares de una totalidad social e histórica. Este tipo de actitud contemplativa impedirá la necesaria comprensión del hecho de que la realidad social en el capitalismo es la misma para el proletariado y la burguesía siendo los intereses de clase los que interponen el contraste principal; contraste que consiste en que la burguesía mantiene la ventaja de esa inmediatez protegiendo en la cotidianeidad la cuantificación y el automatismo mientras que en el proletariado aflora la índole dialéctica de su propia existencia y del proceso histórico donde

cada momento tiene un carácter mediatizado, en otras palabras, el sujeto (el trabajador) y el objeto (el sistema capitalista) como componentes del proceso social, se establecen en una interacción dialéctica.

Lukács coloca así al proletario como actor que concentra en su ser todo el potencial interpretativo tanto de la realidad social como de la historia vista de modo integral;²⁷ una persona que en apariencia es sujeto de su propia vida pero que, en realidad, es rasgado por las circunstancias concretas de su existencia; el proceso de abstracción que representa la cuantificación de los objetos ejecuta sobre él una escisión respecto a su fuerza de trabajo a la cual se ve obligado a vender como mercancía, incorporándose de este modo al proceso productivo, racionalizado y mecanizado; es de esta manera que aparece con toda crudeza el carácter reificado de la sociedad capitalista; la cuantificación es el velo reificante y reificado que cubre a los objetos de tal manera que su esencia queda oculta para los sujetos, quienes se limitan a adoptar una posición meramente contemplativa de la realidad social.²⁸

El proletariado como sujeto de esta escisión que lo convierte en mercancía adquiere un sentido práctico para asumir conscientemente esta contradicción en un grado que no es accesible a la burguesía. La realidad social se evidencia frente al trabajador el cual tiene así la posibilidad de percibir el carácter de fetiche de las mercancías, de la realidad objetual que progresivamente es cuantificada como valor de cambio, tendencia que se extiende al resto del ser social. Por el contrario, para el capitalista, este proceso se presenta como una

²⁷ Más adelante expondremos la noción particular que Walter Benjamin esgrime acerca del sentido de la historia y que en cierta manera rompe con la perspectiva unívoca de la tradición marxista.

²⁸ Como hemos sugerido, si bien nuestra cotidianeidad registra valores, actitudes y formas de expresividad humana extremadamente diversas, las relaciones económicas continúan siendo el determinante fundamental por el que los individuos se relacionan con el mundo objetivo, lo cual es también básico para la concreción de sus dimensiones subjetivas individuales.

expansión del mundo de los objetos a los que habrá que incorporar a la cuantificación y al cálculo racionalizado.

Este fenómeno de transformación de la fuerza de trabajo en mercancía lleva a la idea de que el perfil revolucionario debe emerger del proletariado porque las formas deshumanizantes que adopta la realidad cotidiana en un ámbito de reificación son formas objetivas específicas de la sociedad burguesa, la cual es el fundamento de los antagonismos más dramáticos de las relaciones económicas como ocurre con la pugna permanente entre empresarios y obreros, surgida de la pretensión de los primeros de alargar en lo posible la jornada de trabajo lo que a su vez impacta en otras áreas de la vida social, del modo como podemos leer en la siguiente cita:

...la naturaleza específica de la mercancía comprada implica un límite a su consumo por el comprador, y el obrero hace valer su propio derecho como vendedor cuando quiere limitar la jornada de trabajo a una magnitud normal determinada. Una antinomia se produce, pues, aquí, derecho contra derecho, ambos igualmente sellados por la ley del intercambio de las mercancías. Entre derechos iguales, la violencia decide. Así, en la historia de la producción capitalista la regulación de la jornada de trabajo se presenta como una lucha por los límites de dicha jornada, una lucha entre el capitalista global, es decir, la clase de los capitalistas, y el obrero global o la clase obrera... Para la burguesía la violencia es la continuación inmediata de su vida cotidiana... Para el proletariado, al contrario, la intervención de la violencia y su eficacia, su posibilidad y su alcance dependen de la medida en que la inmediatez de la existencia dada ha sido superada. (Lukács, 1970, p. 201)

Como vemos, la naturaleza del antagonismo entre ambas clases hace que la discordancia también alcance al ámbito del derecho lo que muestra la ubicuidad de las condiciones capitalistas a lo largo de todo el entramado social; con ello siguen

acumulándose las evidencias que demuestran que la verdad del ser y de las cosas se explican por el proceso histórico, por el devenir.

La conclusión de todo ello es que las tendencias evolutivas de la historia corresponden irremediabilmente con una realidad más sublime que la de cualquier hecho aislado de la experiencia por muy singular que pueda parecernos. Por el contrario, el pensamiento burgués reificado fetichiza teóricamente los acontecimientos de la experiencia dotándolos de un halo místico de inmediatez que impide la comprensión de los hechos económicos como fundamento de lo social.

La posibilidad contraria está, entonces, en el proletariado como instancia humana capaz de penetrar las formas reificadas a partir del potencial dialéctico de su papel subordinado en la relación trabajo-capital. Es así que la historia adquiere un nuevo matiz frente a la conciencia; ya no es un devenir sombrío que pesa sobre el mundo sino un producto de las actividades de los individuos mismos y a la vez una sucesión de procesos en los que las formas que adoptan esas actividades se transforman o, como lo diría Lukács, “la historia es, justamente, la historia de la subversión ininterrumpida de las formas de objetividad que forman la existencia del hombre” (Lukács, 1970, p. 209).

Para Lukács, la exposición de la dialéctica, determinante en la filosofía tanto de Hegel como la de Marx, asume su papel como método indispensable en la concienciación humana respecto al sentido del tiempo y del devenir:

Sólo la dialéctica histórica crea una situación radicalmente nueva. No solamente porque en ella los mismos límites han sido relativizados o, más exactamente, hechos fluidos, no solamente porque todas

las formas del ser, de las cuales lo absoluto en sus diversas formas es la pareja conceptual, son resueltas en proceso y comprendidas como fenómenos históricos concretos, de suerte que lo absoluto es comprendido en su *figura histórica concreta* como *momento del proceso mismo*, más que negado abstractamente, sino también porque el proceso histórico es, en su unicidad, en su progresión y regresión dialécticas, una lucha ininterrumpida por etapas más elevadas de la verdad, por *el conocimiento (social) del hombre mismo*. (Lukács, 1970, p. 211)

Ante la posible suspicacia de por qué esta evolución humana no habría ocurrido de manera previa, Marx explicaría de nuevo la necesidad de que la historia verifique en su curso al capitalismo como una etapa que debe realizarse y cuya superación sólo es posible a través de una toma de conciencia de clase del proletariado pero, es necesario repetirlo, una toma de conciencia dialéctica en la que el propio proletariado se perciba a sí mismo como uno de los dos límites de la relación que llevará a la síntesis de un nuevo episodio en la historia, de tal manera que, al voltear su vista al pasado inmediato, la humanidad observe a la sociedad burguesa como la última forma de su prehistoria; forma en la que la objetividad inmutable del mundo era el único destino posible para los hombres para quienes el determinismo causal entre las cosas era lo inevitable y su situación de sometimiento frente a su propio ser social reificado, lo ignorado pero real.²⁹

Es así que el método analítico-crítico expuesto por Marx y confirmado por Lukács, apela al carácter reificado de todo individuo de la sociedad capitalista como realidad indiscutible que sin embargo habrá de ser superada con el paso desde las contradicciones que se presentan en el medio social hacia una toma de conciencia del carácter vital que esas

²⁹ La conciencia de clase supone el hecho de que un sujeto se percate de la clase a la que pertenece; ello implica que identifique también las diferencias que atañen a su posición en contraste con sujetos adscritos a otras clases. Esta percepción integra la posibilidad de asumir ciertas actitudes ante la idea de que existen jerarquías, lo cual puede dar origen a posiciones de confrontación, hostilidad o apartamiento. (Pratt Fairchild, 1987, p. 40)

mismas contradicciones tienen en la evolución del conjunto. En este proceso dialéctico el proletariado deberá ser capaz de percibirse como sujeto-objeto idéntico en la historia para su propia acción transformadora, dejando atrás su comportamiento contemplativo con los objetos y con su propio pensamiento; trascender su posición de ser que en vez de la transformación aspira sólo al conocimiento y que asume su inmutabilidad material y empírica.³⁰

La cosificación como despersonalización

Habíamos mencionado que uno de los tres pilares sobre los que se sostiene el mundo reificado es la cosificación; igualmente, también señalamos que este concepto puede llevarnos a dos nociones principales acerca de su significado. El primero de ellos refiere que la cosificación es un fenómeno que aparece en la conciencia por el que las mercancías representan la materialización de las relaciones sociales que les dieron origen; así, una prenda de vestir representa la materialización de todo el proceso productivo que llevó a ella.

Habría que decir que algunos estudiosos (y algunas traducciones de las obras fundamentales) prefieren utilizar el concepto “objetivación” para referir este fenómeno del trabajo concretizado en cosas y para diferenciarlo de otro fenómeno al que sí refieren como cosificación. Para esta postura, la cosificación sería la caracterización del capital a interés, es decir, de los depósitos que en el sistema bancario crean más dinero; el hecho de que el

³⁰ Más adelante señalaremos por qué consideramos que si bien el planteamiento de la dialéctica marxista resulta vital para esta investigación, tenemos ciertas precauciones para asumirlo hasta el grado de relativizarlo.

dinero prestado debe regresar a su dueño con un rédito de ganancia, implica la normalización del fenómeno en el que el dinero genera más dinero sin pasar por las etapas de la producción y de la circulación; la relación social entre capitalistas y trabajadores ha sido reducida a la relación del dinero con el dinero, es decir, una cosa elude de manera artificial las relaciones sociales que lo han creado y termina relacionándose consigo misma. Para estos estudiosos, esta es la explicación correcta de la cosificación.

Volviendo a la primera reflexión, el asunto problemático de la cosificación entendida como objetivación, es que el trabajador se encuentra en el enorme dilema de no disponer de los medios (herramientas, maquinarias, materia prima) que le permitirían objetivar su trabajo; por ello, se ve obligado a vender su fuerza de trabajo al dueño del capital con lo que se coloca en una relación de servidumbre. Pero, por otro lado, ocurre también una disociación entre los procesos productivos y la aparición concreta de la mercancía, de tal manera que los individuos pierden de vista las relaciones humanas que dieron origen a ese mismo objeto. Esta descripción es a la que Marx y Lukács apuntaban porque además es la condición previa sobre la que descansa el proceso siguiente que representa el fetichismo de la mercancía por el cual el producto, una vez objetivado, adoptará una vitalidad y una carga simbólica como si se tratara de un ser animado.

Por otra parte, existe otra idea de la cosificación que hasta nuestros días es la más generalizada cuando se habla de asuntos de índole sociocultural; ese uso conceptual no sólo se presenta en la jerga común de los analistas y líderes de opinión sino incluso también en una buena parte de estudiosos que se sirven del materialismo dialéctico. Nos referimos a la cosificación como fenómeno en el que (o situación en la que) los individuos son asumidos como cosas, como elementos cuantificables de la realidad, como si se tratara de mercancías.

Se trata de una violenta reducción de la humanidad del ser, de la negación de su personalidad. En estos términos y a modo de ejemplo, una de las formas más evidentes de la cosificación del individuo ocurre con el uso del cuerpo (particularmente el femenino) en diversos escenarios de la vida cotidiana como la prostitución, la publicidad, la pornografía y la trata.³¹

Esta segunda paráfrasis de la cosificación parece la más asumible para una deconstrucción normativa que se enfoque en la instrumentalización del ser humano, no obstante, habría que considerar si no acaso estaríamos incurriendo en una idealización del análisis original de Marx que llevaría el riesgo de forzarlo hacia una posición sentimentalista y por lo mismo, poco rigurosa. En nuestra opinión, aun cuando la precaución resulta digna de cuidado, hemos decidido asumir el concepto cosificación en el mencionado entendido de que se refiere a la reducción de la persona a cosa dado que este enfoque nos permite vislumbrar de manera muy conveniente su utilidad para el análisis de la reificación como un asunto ético permitiéndonos así vincular nuestras preocupaciones con las de analistas de diversas ramas del saber que se han interesado en el tema desde una posición normativa.

Esto último lo podemos observar con las propuestas de buena parte de los estudiosos de la ética en el ámbito de la intersubjetividad humana quienes colocan a dicho fenómeno como el equivalente contrario del “reconocimiento” indispensable para la construcción de sociedades dialógicas y de altas cuotas de implicación comunitaria. La

³¹ Para un análisis de la relación entre la cosificación de la persona con la trata con fines de explotación sexual, ver en capítulo “Mujeres objeto, mujeres mercancía. El vínculo causal entre la cosificación de la persona y la trata con fines de explotación sexual” contenido en García, D. (comp.) *Trascender la violencia: críticas y propuestas interdisciplinarias para construir la paz*. Editorial Porrúa, México, 2014.

cosificación supone entonces una despersonalización ejecutada sobre los seres humanos cuando mutuamente se asumen como simples contemporáneos en el tiempo, como podemos observar en la siguiente cita que sintetiza la forma en que Georg Simmel y Alfred Schutz abordan el tema de la cosificación:

La angustia frente a la vida en la sociedad de masas es sobre todo explícita en los escritos de Simmel sobre el dinero y sobre las metrópolis. La nueva vida urbana genera una nueva subjetividad caracterizada por la excitación nerviosa y por una nueva configuración de los sentidos individuales... Los cambios acarreados por las nuevas formas de socialización rompen las certidumbres de la vida premoderna y obligan a relaciones cotidianas de anonimidad, regidas por la misma racionalidad de la formalidad monetaria.

En este contexto, la anonimidad aparece ligada con una cosificación del otro a través de la abstracción de su humanidad, hasta limitarla a los roles que desempeña en esa sociedad de individuos anónimos. Rotos los lazos sociales de la comunidad premoderna, se acentúa el problema del conocimiento del otro, ya de por sí siempre fragmentario y sujeto a la interpretación...

(Schutz considera, a su vez que) El otro, en tanto que mero contemporáneo, me es aprehensible sólo de un modo cosificado, pues mi conocimiento de él es en mayor o menor medida abstracto. La intencionalidad de este tipo está mediatizada por su cosificación a través del lenguaje mediante el cual lo conozco como anónimo; en este sentido, la intencionalidad de la *orientación-ellos* del individuo implica la cosificación del otro. (García, 2008, pp. 60 y 62)

Podemos inicialmente considerar adecuada la definición de la Real Academia Española de la cosificación como la acción de considerar como cosa a una persona, no obstante, como podemos percibir en esta cita, el sentido de la cosificación va más allá del rótulo del ser vuelto cosa porque también expresa una etiología histórica basada en la lógica sociocultural y económica de la modernidad, lo que de nuevo nos conecta con la interpretación materialista del individuo alienado de sí mismo. Salvada así la aparente

simplicidad semántica de la cosificación podremos entonces identificarla como otro de los pilares sobre los que se sostiene la vida cotidiana en sociedades reificadas, para dar paso a la recuperación de los elementos en los que este estudio se interesa, cosa que haremos a continuación.

II. Reificación. Del concepto a la categoría; del fenómeno al proceso; de la identificación a la denuncia

El surgimiento de la categoría reificación con el trabajo de Georg Lukács daría paso a una importante cauda de autores que se enfocarían con mayor detenimiento en cómo los fenómenos descritos por el marxismo original en su análisis del modo de producción capitalista, podían ofrecer un diagnóstico social aún más ubicuo en lo que se refiere al efecto en la conciencia de los individuos en la vida cotidiana. Pese a que no todos esos pensadores asumieron con el mismo énfasis dicho concepto, a partir de él se generó un discurso que en general apuntaba hacia una lectura crítica que tenía como centro de interés al proceso despersonalizador de la existencia en un mundo determinado por los valores y principios de un modo de producción subordinado al *ethos* de la mercancía.

En esta parte exponemos cómo el sentido semántico de la reificación fue complejizándose durante el siglo XX para dar pie a numerosas propuestas de interpretación sobre la fenomenología del mundo contemporáneo, lo que en nuestra opinión implica el paso de dicho vocablo de ser una propuesta conceptual a lo que implica un categoría crítica; así, todos esos planteamientos teóricos parten del punto común del capitalismo como modo de producción que con el tiempo se afirmaría también como un constructo ideológico y simbólico que podría explicar diversos procesos psicológicos, sociales, políticos y

económicos, lo cuales, a su vez, son los que caracterizan a nuestros días si se asume que asistimos a la generalización progresiva de un capitalismo neoliberal que, en su versión global, incide en todas las sociedades y grupos humanos del planeta en una escala jamás vista.

Reificación: Categoría de análisis

El inicio de nuestra propuesta debe partir de la idea de que un concepto es una definición inmediata de alguna cosa o manifestación de la mente y que puede referirse a algo concreto o a un constructo subjetivo; dando esto por sentado, una categoría será la expresión ideológica y formalizada de un contenido mental que parte de una interpretación particular sobre algún aspecto de la realidad. En otras palabras, la categoría supone una complejización y apropiación específica de un concepto para que dicha palabra exprese teóricamente una interpretación de algo en un sentido particular; así, una categoría es “cualquier noción que sirva como regla para la investigación o para su expresión lingüística en un campo cualquiera” (Abbagnano, 1998, p. 107), o bien, un “concepto fundamental que manifiesta el ser de las cosas y mediante el cual podemos llegar a un conocimiento más profundo que el que obtenemos de lo que se nos presenta directamente a través de los sentidos”. (Martínez y Martínez, 199, p. 62).

Podemos servirnos de ejemplos para expresar lo dicho arriba, así, el vocablo “materia”, que como concepto se refiere a todo aquello que tiene sustancia física y por lo tanto un lugar en el espacio, para el materialismo dialéctico se convierte en categoría cuando hace referencia tanto a toda la realidad objetiva que el ser humano puede captar con sus sentidos, sensaciones y pensamientos, como a las relaciones sociales y manifestaciones

de la conciencia determinadas por esa misma realidad objetiva. Ello da pie a la idea de que la existencia social está determinada por las relaciones que los humanos establecen al estar situados en diversas posiciones en el modo de producción; con ello, el concepto “materia” asume su sentido como categoría de análisis en el campo de la interpretación marxista.

Otro ejemplo es la palabra “capital”; de su sentido conceptual como sinónimo de bienes, herramientas y recursos que pueden ser usufructuados en diversos modos para la obtención de beneficios, con Marx se convierte en una categoría fundamental para todo su trabajo. El capital, como categoría, supone su evolución semántica pues de ser un concepto se convierte en una expresión que refiere un tipo de relación social que se objetiva como mercancía, que representa esa misma relación entre los dueños de dichos recursos y los que no los tienen; es decir, en contexto de capitalismo, el capital expresa las formas sociales correspondientes con dicho proceso de reproducción económica. En este sentido, el capital representa una formación social histórica a la que le corresponde un carácter social específico determinado por la monopolización de los productos del trabajo en manos de un sector particular de la sociedad que no los creó.

Como nos dio muestra con toda su obra, Marx ocupó gran parte de sus esfuerzos teóricos en exponer las ramificaciones que estaban detrás del capital entendido como categoría, ya que asumir la idea primaria de la palabra le hubiera impedido diferenciar al capital de cualquier monto de dinero destinado a la compra de insumos y herramientas en otros modos de producción además del capitalista; así, el capital define su especificidad en la esfera de la producción que lleva a que una suma original de recursos llegue a fin del proceso convertido en una mayor cantidad de dinero en la que ya estará incluida la

ganancia que el capitalista se apropia, así como la inversión necesaria para el proceso siguiente.

Estos ejemplos nos sirven para ilustrar ahora el tránsito de la reificación de su génesis como concepto hasta asumirlo como categoría si nos atenemos a las posibilidades tanto interpretativas como de análisis crítico que su significado implica. En este tenor, a inicios del presente capítulo habíamos extraído la noción general de la reificación como la *transformación de propiedades, relaciones y acciones humanas en propiedades, relaciones y acciones entre cosas producidas por el ser humano, las cuales se han vuelto de tal manera independientes que han terminado por gobernar su existencia con la consecuencia de que ahora su conducta se dirige por las leyes del mundo de las cosas.*

Desde ese capítulo ya habíamos atestiguado que el concepto así planteado, tiende de manera inevitable hacia una progresiva complejización conforme avanzamos en la caracterización de cada elemento de la realidad social implicado por el mismo vocablo; aunque claro, no se trata de que la reificación pueda asumir como parte de su significado cualquier ocurrencia que nos venga a la mente acerca de las disyuntivas de la conciencia humana en el mundo contemporáneo. Por el contrario, es necesario un ejercicio de interpretación que sea coherente con los términos primigeniamente definidos por Marx y Lukács para que exista una correspondencia con la esencia del materialismo si ese es el constructo teórico que pretendemos utilizar para esta parte.

Asumiendo entonces este compromiso epistemológico para el análisis deconstructivo del funcionamiento del capitalismo, observaremos algunas reflexiones en torno a la reificación como pauta interpretativa de la realidad que da pie a importantes observaciones,

lo que para nosotros indica en buena medida el sentido categorial de nuestro vocablo para, al final de este mismo apartado, vincularlo discursivamente con la interpretación que Walter Benjamin hace del mundo de las mercancías con herramientas metodológicas como la de la dialéctica de la imagen. Al respecto, Susan Buck-Morss señala que

La imagen dialéctica tiene tantos niveles lógicos como el concepto hegeliano. Es una manera de mirar que cristaliza elementos antitéticos a través de un eje de alineación. La concepción de Benjamin es esencialmente estática (aunque la verdad iluminada por la imagen dialéctica sea históricamente fugaz). Ubica visualmente ideas filosóficas dentro de un transitorio e irreconciliado campo de oposiciones que puede ser representado como coordenadas de términos contradictorios, cuya "síntesis" no es un momento hacia la resolución, sino el punto en que sus ejes se intersectan. [Al pensar Benjamin a través de coordenadas], ...Su despliegue de los conceptos en sus "extremos" puede visualizarse como polaridades antitéticas de ejes que se cruzan, y que revelen una "imagen dialéctica" en el punto cero, con sus "momentos" contradictorios como campos axiales. (Buck-Morss, 1995, 235)

Esta propuesta metodológica de Benjamin se presenta como una innovación para el planteamiento de Lukács ya que para el primero, la modernidad puede ser descifrada críticamente no a través de una comprensión global del proceso social como lo proponía el húngaro sino por la vía de una mirada micrológica a los fragmentos del mundo objetual, es decir, a las evidencias materiales creadas por el modo de producción; de sus imágenes expuestas en el andar cotidiano, en la red de asfalto y concreto que demuestra desde el siglo XIX que la mercancía novedosa es la principal protagonista y es el arquetipo de las imágenes dialécticas, las cuales exponen la relación dialéctica y mutuamente referencial de lo nuevo con su opuesto, lo "siempre lo mismo". La relación entonces no es una contraposición de contrarios sino una reciprocidad dialéctica por la cual lo nuevo y lo siempre igual encubren ideológicamente un proceso despersonalizador del ser.

En suma, así como definimos a la reificación como arriba lo hicimos, en la introducción llegamos a la idea operativa para nuestra investigación de que los tres fenómenos que la caracterizan son la alienación, el fetichismo de la mercancía y la cosificación de las personas, circunstancias posibles de ser identificadas precisamente a través del ejercicio de la dialéctica de la imagen; de este modo, estos tres elementos estarán presentes como rasgos definatorios de la conciencia de los individuos inmersos en sociedades capitalistas, determinando además un proceso que profundiza sus efectos en la medida en que la lógica del modo de producción se adhiere con mayor presencia en las diversas áreas de la existencia humana, tal como podemos atestiguar con la tendencia a que cada vez más aspectos de la convivencia social sean integrados en el circuito de lo comercializable.³² Al respecto, Dora Elvira García señala que

El problema que se ha generado es que conforme ha ido avanzado el proceso de racionalización moderna, lo que ha prevalecido ha sido el impulso positivista y técnico de la economía, perdiéndose así, poco a poco, el referente ético. Esto ha generado la convicción de que la racionalidad se ha ido poco a poco reduciendo a una racionalidad meramente económica y con ella, se ha vuelto extraña a cualquier planteamiento ético. Esta ya reducida racionalidad económica se aplica a todos los espacios humanos, a todos los ámbitos del comportamiento humano medidos bajo el criterio de “costo-beneficio”. (García, 2012, p. 29)

³² Un ejemplo de ello es que, mientras para muchas sociedades del pasado el agua era un recurso disponible que se distribuía mediante acuerdos consuetudinarios; en la actualidad, ante las tendencias de una economía que se globaliza internalizándose en la vida de cada vez más colectivos humanos, el agua tiende a una creciente mercantilización individualizada como puede corroborarse con la actual industria del agua embotellada que se ofrece en las tiendas en presentaciones que pueden limitarse a muy pequeñas cantidades, como las botellas plásticas de sólo 150 mililitros. Ver también el siguiente link: <http://www.abadiadigital.com/presidente-de-nestle-el-agua-no-es-un-derecho-deberia-tener-un-valor-de-mercado-y-ser-privatizada/>

Así, las tendencias de lo cotidiano en un ámbito de capitalismo determinan una alienación de la conciencia humana que introyecta psíquicamente numerosos estímulos y percepciones originados en la esfera de la oferta y la demanda en el mercado capitalista, tendencias estas que pueden ser rastreadas y evidenciadas por la vía, como señalamos, de la dialéctica de la imagen, ya que esta permite a su vez identificar el carácter de la mercancía mutada hasta el nivel del fetiche, pues como Susan Buck-Morss indica, “Fetiche es la palabra clave para la mercancía como fantasmagoría mítica, la forma detenida de la historia. Corresponde a la forma cosificada de la nueva naturaleza, condenada al Infierno moderno de lo nuevo como lo siempre-lo-mismo.” (Buck-Morss, 1995, p. 236) O como lo diría coincidentemente José A. Zamora, se trata de una dimensión material de la vida que ha terminado por subordinar al mundo de los seres, los instrumentaliza a través de su propia esencia física; una inmanencia clausurada sobre sí misma que

...adquiere un carácter mítico, el del fetichismo de la mercancía y el del culto sin pausa de la reproducción e incremento del capital, el nuevo dios, que exige un sacrificio continuo y en última instancia la destrucción del mundo. En el furor productivo y consumidor del capitalismo se manifiesta un instinto de supervivencia desbocado que abandonado a sí mismo pone en peligro la propia supervivencia.

(...) Se trata de un tiempo sincronizado que no permite desprenderse de él, ganar la distancia y la libertad que harían posible un comportamiento moral. Las festividades sin pausa del culto capitalista produce un tiempo sin vida, en el que el movimiento de producción y autoproducción nunca alcanza descanso. Festividades y trabajo coinciden. El domingo de este culto es el perenne día laborable de la plusvalía y el plustrabajo. Un tiempo sin final que convierte la historia en una eternidad muerta. (En: Amengual, 2008, p. 108)

El rasgo aleccionador de este planteamiento deconstructivo es que aun con su fuerte sentido de desesperanza, contiene también como categoría el potencial de lo posible en términos del actuar humano, pues como habremos de ver en el último capítulo (sobre alternativas organizativas que revierten la reificación), “esta fantasmagoría fetichizada es también la forma bajo la cual yace congelado el potencial humano y socialista de la naturaleza industrial, esperando la acción política colectiva que lo despierte. La imagen del deseo es la forma onírica, transitoria de ese potencial. En ella, los significados arcaicos retornan anticipando la ‘dialéctica’ del despertar”’. Es decir, que todas las montañas de escombros, de mercancías convertidas en ruina son también “ladrillos flojos (semántica y materialmente) con los cuales un nuevo orden puede ser construido” (Buck-Morss, 1995, p. 236).³³

Aun con ello, también es importante considerar que la reificación, ya como categoría compleja, ha mantenido un importante grado de polémica, no sólo en la forma inicial que vimos en el primer capítulo en lo que se refiere a sus vínculos o diferencias con la alienación y el fetichismo de la mercancía en los términos que Lukács entendía, sino también respecto al modo cómo la asumieron diversos estudiosos materialistas en las décadas posteriores, así

Mientras que algunos se inclinan a identificar la reificación, ya sea con la enajenación o con el fetichismo de la mercancía (o con ambos), otros prefieren mantener los tres conceptos distintos.

Mientras que algunos consideran a la alienación como un concepto "idealista" que debe ser

³³ Podemos tender un puente entre este planteamiento filosófico de Benjamin con la lógica concreta que llevó a Mijail Bakunin a afirmar que la urgencia del anarquismo por destruir era ya una urgencia creadora; ejercicio de categorización semejante al que hizo Ernst Bloch cuando afirmaba que “el Cristianismo mismo contenía una tradición de mesianismo quiliástico anticipadora de las metas comunistas de Marx”. (Buck Morss, 1995, p. 256)

reemplazado por el concepto "materialista" de la reificación, otros han considerado a la alienación como un concepto filosófico cuyo equivalente sociológico es precisamente la reificación.

De acuerdo con la idea de la alienación que prevalece en otros medios, en realidad se trata de un fenómeno más amplio, siendo la cosificación una de sus formas o aspectos. Pero según M. Kangrga "la reificación es la mayor, es la más alta forma de alienación"; y la reificación no es sólo un concepto, sino un requisito metodológico para un estudio crítico y práctico para "el cambio, o en el mejor caso, para la destrucción de toda la estructura reificada". (Bottomore, 2001, p. 465)

A la luz de esta cita, nosotros estamos en coincidencia con lo dicho en los últimos tres renglones; no obstante, más que simplemente asumir en automático la idea de la reificación como la forma más aguda de alienación, la reificación es un fenómeno y un proceso al mismo tiempo que condensa las tres principales manifestaciones de la conciencia humana hacia las que tienden las sociedades en situación de capitalismo; la alienación, el fetichismo de la mercancía y la cosificación del individuo. Al mismo tiempo, y también en consonancia con lo señalado al final en la cita, la reificación como categoría que describe lo que otros autores nombran "mentalidad burguesa", es también una pauta metodológica para el estudio crítico necesario en la generación de alternativas que subviertan las propias condiciones reificantes.

Por lo dicho arriba, es indispensable la deconstrucción de las condiciones psicosociales que determinan la existencia diaria si queremos identificar las opciones para una convivencia social distinta a la delineada por un *ethos* social reificado; de una realidad fundada en una ética aplicada operante entendida esta "como ese ámbito de la subjetividad y de la conciencia humana que pretende la ampliación de los fundamentos de la reflexión ética a distintos aspectos de la vida social e individual como son la política, la religión, la ciencia, la economía, etc." (García, 2013, p. 7)

Decimos a su vez que la reificación es fenómeno y proceso en el entendido de que en primer lugar es una categoría descriptiva que ilustra rasgos de la convivencia social en un entorno dominado por el modo de producción capitalista (fenómeno), y es también una manifestación ideológica y cultural dinámica que determina su propia reproducción (proceso). Ambas consideraciones son corroboradas con las propuestas teóricas que mostraremos y que exponen también el carácter crítico-metodológico de la misma categoría; para apuntalar esta idea con lo dicho por el propio Lukács y adelantándonos muy en breve a la parte en donde expondremos las posibilidades de subversión frente a las condiciones reificantes, coincidimos en que “La solución que Marx indica en sus Tesis sobre Feuerbach es la transformación de la filosofía en praxis, pero esa praxis, como hemos visto, tiene su condición y su complemento estructural y objetivo en la concepción de la realidad como ‘conjunto de procesos’” (Lukács, 1970, p. 225).

La confirmación del carácter de la reificación como fenómeno y proceso también la señala Milvio Alexis Novoa cuando se enfoca en su análisis de la enajenación (alienación), aunque él señala un momento previo que es la identificación del “hecho” como paso primero hacia el desvelamiento de las formas fenómeno y proceso:

(Es necesario)...ubicar la enajenación, desde el punto de vista de su existencia real, tangibilidad, distribución e impacto para delimitar su extensión y contenido, en tres perspectivas: hecho, fenómeno y proceso. Las tres revelan dimensiones de la misma totalidad, diferentes por el mayor o menor grado de complejidad con que abarcan el objeto, a su vez están relacionadas entre sí de tal forma que la primera queda contenida en la segunda y la tercera abarca a las otras dos. [En pie de página] Como hecho se le comprende en sentido restringido, en su primera manifestación con un principio y un final, es decir algo dado, finito, circunscrito y estable. Como fenómeno, el énfasis se pone en la asociación

de hechos, requiere establecer vínculos cercanos con sentido causal. Por último, la perspectiva de proceso destaca la continuidad, asociación de hechos vinculados fenomenológicamente y su atributo principal es el cambio, en esta perspectiva es necesario ubicar la existencia del objeto en espacios concretos e históricos donde tienen lugar modificaciones sucesivas concatenadas causalmente no necesariamente lineales. (Novoa, S/F)

De nuestra parte podemos dar por sentado a la reificación como hecho, dado que es la experiencia primera de la cual los ejemplos son demasiado vastos, no obstante, al apelar a esta cita queremos recurrir a otra voz que nos ayude a clarificar nuestro interés particular en la reificación como fenómeno y como proceso. Estas dos dimensiones suponen un esfuerzo cognitivo de parte del observador que le permita primeramente percibir manifestaciones de lo social, después identificar causalidades y finalmente plantear interpretaciones para escenarios posibles; de este modo, el uso de la reificación como categoría nos compromete a: 1 Percibir acciones humanas que presentan los rasgos de un comportamiento reificado (hecho). 2 Demostrar que estas mismas acciones se originan en un contexto social histórica e ideológicamente determinado que los individuos adoptan en forma psicológica (fenómeno). 3 Exponer que dichas condiciones reeditan autopoyéticamente el marco simbólico y material en el que se presentan (proceso).

Debemos aclarar, empero, que esta forma de considerar a la reificación como proceso no significa que estamos forzando la cita de Novoa para afirmar la idea de que se trata de una tendencia que se agudiza en el contexto del capitalismo contemporáneo; el hecho de que el autor afirme que el atributo principal del proceso es el cambio y la posibilidad de una modificación no lineal, es lo que nos lleva a confirmar un aspecto total para nuestra investigación: la reificación es un proceso peculiar por la forma como incide

en la conciencia de los sujetos, no obstante, esto no implica una total imposibilidad de reversión sino por el contrario, precisamente por el rasgo explícitamente despersonalizador de la reificación, es por lo que se puede justificar desde la ética y la teoría crítica la urgencia de concebir nuevas formas para construir lo social.

Polémicas y preocupaciones en torno a la reificación como categoría

Más adelante abundaremos en la discusión ética del problema pero queremos adelantar la siguiente cita que indica cómo la categoría reificación supone desde sí misma un potencial ético-crítico aunque también ello implica una serie de reflexiones aportadas por diversos estudiosos:

Recuperar la noción de reificación es un imperativo ético en la medida en que nos permite estructurar un análisis donde la razón instrumental se evidencia en el contexto de las luchas por el reconocimiento. La instrumentalización del hombre y el aprovechamiento económico hoy, como siempre, se manifiestan a través de las relaciones sociales –entre hombres- que han sido cosificadas. Marx y Lukács al igual que Heidegger y Freud, se percataron de que lo importante antes de hablar de ética - pues ninguno de ellos lo hizo directamente-, era dar cuenta de cómo habitamos y de qué está hecha la realidad. Lo destacable es que, en cada una de las estrategias narrativas que implican estos autores, nos confirman que la realidad se define de acuerdo con su carácter contingente, con sus sinsentidos y con el carácter radical de toda singularidad. En otras palabras, cada uno de ellos analizó su época de acuerdo con modos de pensar que no se dejaron engatusar por las estrategias de la reificación. (Bustos, 2008, p. 9)

Aquí podemos observar el ámbito de la discusión metodológica; ante ello vienen a cuento las reflexiones de Axel Honneth, quien afirma que la reificación perdió presencia en

las academias de investigación social en la posguerra tras haber sido una de las principales pautas analíticas en las décadas precedentes a la Segunda Guerra Mundial. Parecía que el dramático contexto de esos años hubiera convencido a los teóricos de que el único interés justificable era dilucidar asuntos como la democracia y la justicia. No obstante, dicha circunstancia sólo es una pausa que contrasta con el creciente interés actual en áreas como la sociología o la psicología social que se preocupan por fenómenos como la tendencia creciente de los sujetos a “simular deseos o sentimientos, por oportunismo, hasta que los experimentan como componentes de la propia personalidad” (Honneth, 2007, p. 15) lo que podría parecer una suerte de regreso paradójico de una postura teórica que en realidad nunca se había ido.

Para Martha Nussbaum, a su vez, la reificación supone una forma extrema de instrumentalización de otras personas de tal manera que podríamos encontrar sus efectos en aspectos tan disímolos como el alquiler de vientres, la estandarización de currículums, el mercado amoroso por internet o la industria del sexo; o bien, sirve de ejemplo ilustrador el cientificismo tan presente en nuestros tiempos cuando vemos que la conducta humana es reducida a los vaivenes y caprichos de sus conexiones neuronales como si los sujetos fueran simples autómatas que no tienen una experiencia sensible que influye de manera dramática en sus vidas.

Como podemos observar, calificar de este modo las manifestaciones de la reificación, supone una valoración normativa que contrasta en cierto sentido con el modo en el que Lukács abordó el asunto y que al mismo tiempo sería una de las adecuaciones que nosotros propondríamos a su postura; porque Lukács prescindió de un vocabulario moral ya que consideraba que el asunto problemático era que la reificación es una falla en la praxis

ana; su acercamiento filosófico al fenómeno no se encaminó hacia el camino
rentemente obvio de la ética sino hacia una explicación “socio-ontológica de una
ología de nuestra praxis de vida” (Honneth, 2007, p. 20).

No llegando entonces a una postura moral explícita e inspirándose de nuevo en
Marx, Lukács recuperó la idea de que la reificación no era otro proceso más que el de una
relación entre personas que adquiere un carácter de “cosidad”. El problema que Honneth
observa en esta apreciación del húngaro es el de que no puede determinar de aquí el sentido
específico que puede adoptar la reificación, es decir, si “se trata simplemente de un error
categorial epistémico, de una acción moralmente reprochable o de una forma de praxis
distorsionada en su totalidad” (Honneth, 2007, p. 24) aun cuando la naturaleza del estudio
de Lukács parece afirmar que es algo con mayor complejidad y preocupación que un simple
error categorial pues como señala Honneth, el texto en cuestión nos explica que

...tan pronto como los sujetos comienzan a regular las relaciones con sus congéneres primordialmente
a través del intercambio de bienes equivalentes, se ven compelidos a colocarse en una relación
reificante con su entorno, pues ya no pueden evitar percibir los componentes de una situación dada
sino sólo bajo el punto de vista del beneficio que aquellos podrían producirles para sus cálculos de
ganancias egocéntricos. (Honneth, 2007, p. 24)

Si la idea de nuestra investigación es hacer explícitas las disyuntivas éticas,
parecería entonces que Lukács no terminó de afirmar discursivamente lo que se puede
entresacar de sus propios párrafos porque la crítica a la que somete al capitalismo va más
allá del economicismo de Marx; su objetivo fue señalar otros asuntos de la vida cotidiana a
los que éste no les prestó suficiente atención y que para él suponían áreas afectadas por la

reificación. Para Lukács, la reificación termina por convertirse en la “segunda naturaleza” del hombre, el cual adquiere una posición de observador de lo que ocurre con su propia existencia sin implicarse interiormente ni en sentido emocional en un acontecer social del que ya no es un participante activo. Como de nuevo nos dice Honneth sobre el tenor:

Una actitud tal se torna una segunda naturaleza cuando, en virtud de los procesos de socialización pertinentes, se vuelve un hábito en grado tal que determina la conducta individual en todo el espectro de la vida cotidiana. Bajo tales condiciones, los sujetos perciben su entorno según el modelo de los datos cósicos, incluso cuando no están directamente implicados en acciones de intercambio. Por consiguiente, Lukács entiende por “reificación” el hábito o la costumbre de una conducta simplemente observadora desde cuya perspectiva el entorno natural, el entorno social y los potenciales propios de la personalidad son concebidos de manera indolente y desapasionada como algo que tiene calidad de cosa. (Honneth, 2007, p. 30)

Habrá que destacar de esta idea de Honneth que se trata de un puente entre ese concepto de segunda naturaleza de Lukács y el asumido por Walter Benjamin porque para el húngaro dicha segunda naturaleza “era la subjetividad alienada y cosificada, un mundo creado por humanos que no lo reconocían como propio” en cambio, cuando Benjamin hablaba de una segunda naturaleza “se refería no sólo a la tecnología industrial sino a todo el mundo material (incluidos los seres humanos) transformado por esa tecnología” (Buck-Morss, 1995, p. 86). Esto permite insistir con mayor fuerza en la idea de que la despersonalización causada por el mundo de las mercancías es propia de un ámbito netamente capitalista aun cuando en épocas previas pudiéramos encontrar algunos rasgos de alienación de la conciencia equivalentes, como ya hemos señalado previamente.

La reificación sería así una forma de conducta que distorsiona nuestra perspectiva (fenómeno muy extendido en las sociedades capitalistas), de tal modo que el tratamiento instrumental de los individuos entre ellos mismos es percibido sólo como una circunstancia social y no como un agravio moral. Es de ese modo que, según Lukács, en el capitalismo ocurre la ausencia de una praxis de implicación que provoca que los individuos se enfrenten de manera neutral a la realidad por conocer y a la significación cualitativa de la misma; para él, ésta sería una expresión de las condiciones reificadas, las cuales sólo podrán ser disueltas con la superación de la forma capitalista de la sociedad.

En coincidencia a su vez con Heidegger, las condiciones reificadas constituyen un marco de interpretación artificial que obnubila tras de sí la forma efectiva de la existencia humana, entendida esta última como una forma en la que sí hay cabida para la preocupación y el interés existenciales propios de la toma de perspectiva y de la comprensión del individuo de sus propias acciones. Considerando estos términos, la reificación sería “una costumbre del pensamiento, una perspectiva que se fosilizó y se convirtió en hábito, a partir de cuya adopción el sujeto pierde la capacidad de implicarse con interés, del mismo modo que su entorno pierde el carácter de accesibilidad cualitativa” (Honneth, 2007, p. 51). Por el contrario, la praxis conveniente será, tanto para Lukács como para Heidegger, aquella que abarca la relación del hombre con sus congéneres y con su entorno de modo que se vincule la cognición con el sentimiento.

Como hemos venido insistiendo, son los fenómenos psicológicos y los hechos sociales los que por sí mismos definen el planteamiento general de interpretación de las condiciones reificantes, las cuales, para Lukács, comienzan con la extensión del fetichismo de la mercancía como forma objetiva de acercamiento a la realidad que tiene una postura

subjetiva correspondiente; es decir, Lukács afirma que existen importantes consecuencias estructurales del intercambio de mercancías en las manifestaciones de la vida interna y externa de las sociedades.³⁴ En correspondencia a su vez con Weber, afirmará que la diferenciación del proceso económico capitalista producirá tanto la fragmentación del objeto producido como la del sujeto que la produce. En esta línea, Silvia L. López afirma que

Las leyes de la producción capitalista han sido expandidas para cubrir cada una de las manifestaciones de la vida en sociedad. A través de esta lógica, así como el sistema capitalista se reproduce a sí mismo en un sentido económico, la estructura de reificación penetra en la mente humana de manera cada vez más intensa hasta un punto donde no puede ver sus propios predicamentos. En otras palabras, la forma dominante de la conciencia —entiéndase conciencia burguesa— no puede sino corresponder a la estructura económica unificada del momento actual de desarrollo capitalista. (López, 2008, p. 11)

Comprender la realidad desde este planteamiento nos permite hacer más compleja y explicativa la diada materialista “estructura económica – superestructura”; en este sentido, la propuesta de Lukács en torno a la reificación sería fundamental para encaminar las preocupaciones epistemológicas de la teoría crítica alemana, lo cual permitiría a estudiosos como Adorno y Horkheimer exponer que el constructo subjetivo de la sociedad masificada fuera víctima sin resistencia de la instrumentalización de la vida social, siendo la clave de semejante realidad, el control que la naturaleza de la mercancía ejerce sobre las funciones de los seres humanos, incluyendo la vida cultural. De hecho, Adorno y Horkheimer se sirvieron de la teoría de la reificación para dar una explicación sobre la estabilidad de las

³⁴ Esto podremos corroborarlo en esta misma investigación no sólo con los análisis del presente sino también con la revisión crítica de la historia del capitalismo y del consumo; de esto último nos ocupamos en el capítulo II.

sociedades capitalistas, manteniendo al mismo tiempo una postura crítica y deconstructiva acerca de dichas condiciones. Tocaría a Jurgen Habermas incidir con mayor énfasis en un sentido normativo sobre estas preocupaciones al señalar que la reificación supone un efecto distorsionante de la conciencia humana, pero ello ocurre en un escenario de alienación intersubjetiva determinada por una realidad comunicativa que lleva a esta suerte de sinrazón en la vida cotidiana.

Coincidiendo a su vez con el análisis de Weber, John Zerzan destaca los aspectos que permiten la ubicuidad y permanencia de un ser social determinado por un modo de producción que se ha imbricado en la totalidad de las experiencias de la vida social. Para él

Esta pérdida de sentido, inmediatez y energía espiritual en la civilización occidental constituye igualmente un tema importante en los trabajos de Max Weber, el cual, se interesa también en la reificación de la vida moderna. Que esta falta de vida y de encanto parezca de algún modo inevitable e inmutable, y sea, en gran parte, admitida, precisamente, como una concesión, es un importante resultado de la reificación, algo inseparable de ella... (Incluso) Aquellos que declaran no tener ideologías son a menudo los más constreñidos y determinados por esa ideología dominante que son incapaces de ver, y es posible que el mayor grado de alienación se alcance allí donde la conciencia no llega. (Zerzan, 1998)

A partir de lo dicho por Zerzan podemos afirmar que si la forma mercancía impregna toda la cultura entonces los contenidos de dicha forma tienen que ser mucho más complejos que el estímulo mental que genera la sola verbalización del vocablo; esta idea se integraría al planteamiento de que la reificación atañe invariablemente a una particular forma de simbolizar la vida en un contexto de diversas estructuras de dominación que se superponen, de tal modo que se generaría un entramado simbólico en el que actúan, ya no

las personas en sí mismas, sino una serie indeterminada de roles y representaciones mentales creadas de manera inconsciente.

Habrá que decir, en fin, que igualmente las nociones de los elementos fenoménicos descritos por lo que nosotros denominamos reificación, cobran presencia en planteamientos que recuperan la referencia a lo dicho en forma original por Marx. Así, Jorge Veraza identifica las condiciones socioculturales y psicológicas de la vida contemporánea como realidades que pueden ser comprendidas por el concepto de “subsunción real del consumo al capital”. Para Veraza, la modernidad está caracterizada por el sometimiento de todas las esferas del ser social humano a las condiciones del capitalismo, el cual expresa en forma absoluta cómo el trabajo se encuentra subsumido por el capital, pero en una forma tal, que no se trata de una simple subordinación, sino que consiste en un desbordamiento desde el proceso de trabajo hacia la existencia fuera de dicho proceso. Es a esto a lo que se refiere el autor como subsunción real del consumo al capital; en este entendido:

Solamente en el proceso de trabajo se extrae plusvalor, pero todos los sometimientos externos a la producción apuntalan la subordinación del proceso de trabajo inmediato. Así, por ejemplo, los sometimientos culturales posibilitan que la gente acepte ciertas formas de racionalidad que son acordes con el capital. En efecto, es distinto el comportamiento de un obrero analfabeto, recién llegado del campo, del comportamiento de un obrero que sabe contar y leer, que está iniciado en el pensamiento racionalista occidental, que puede utilizar máquinas y que él mismo tiene una conducta previsible, calculable. Este sometimiento cultural no permite extraer plusvalor pero apuntala la posibilidad de extraérselo a la clase obrera en el proceso de trabajo. Lo mismo ocurre con el sometimiento político, estatal, institucional, o con el sometimiento de las costumbres de la sociedad civil o de la vida cotidiana en las casas de las gentes y en general con todo sometimiento circulatorio, distributivo, o con los sometimientos que ocurren en el consumo. (Veraza, 2008, p. 10)

Como puede percibirse, Veraza refiere que diversas áreas de la existencia se ven atravesadas por el modo de producción lo cual es una constante sobre la que todo el sistema descansa; esto en forma equivalente a como nosotros hemos venido señalando el efecto de la reificación. Para ello, el autor extrapola la subsunción del trabajo al capital para aplicarla a los procesos sociales que consolidan el dominio del propio capitalismo. Es decir, extiende los alcances de la subsunción fuera de la esfera del proceso de trabajo y expone que no se trata de una mera enajenación subjetiva sino también de una enajenación material; de ahí que recurra a la idea de que ese fenómeno ocurre en la jornada laboral así como en la forma como las sociedades se relacionan con el mundo de las mercancías a través del consumo, porque como él mismo insiste,

Tan redondo como el dominio del capital sobre el mundo es su dominio de toda la sociedad, desde la producción hasta el consumo. Tan redondo y real, no sólo formal. Sólo un sometimiento real del proceso de reproducción social como un todo puede corresponder a la subsunción real del mundo por el capital, pues el mundo es el valor de uso total de la reproducción íntegra de la humanidad... [En este sentido] La subsunción real del consumo bajo el capital alude a un suceso que acontece en el consumo. en la realidad de este consumo: los valores de uso han sido sometidos a las necesidades de la acumulación del capital. (Veraza, 2008, p. 97)

No obstante, también es importante señalar que lo que nosotros consideramos a la subjetividad reificada en un entorno de capitalismo contemporáneo, se encuentra cercana en significado a lo que Jorge Veraza denomina “fetichismo cósmico”. que consiste en “erotizar las cosas y cosificar las relaciones eróticas. De tal manera, puede manipular el principio de realidad y el principio del placer para confundir amor y hambre, sexualidad y trabajo, e incluso manipular a Eros y a Tánatos para confundir represión y dolor con satisfacción,

placer y libertad.” (Veraza, 2008, p. 123);³⁵ la base real, en suma, de todo un estado de la conciencia que por la vía de la satisfacción de sus aspiraciones y deseos, se mantiene a menudo en los linderos de la indolencia frente a las penurias que laceran al mundo.

En fin, este tipo de precisiones nos permiten observar que la reificación como concepto y como categoría implica una constante reedición de su universo semántico que no sólo puede llevar a ciertos contrastes en su utilización para una epistemología de lo social, sino pueden incluso generar divergencias, algunas de las cuales es preciso describir - como a continuación veremos-, si es que queremos dar cuenta de que también otras voces interpretativas han sido consideradas por nosotros; no obstante, podemos concluir este apartado, señalando que, en suma, la reificación, utilizada como categoría para el análisis crítico -y como veremos en el resto de esta investigación-, bien puede actualizar los cuatro tipos de crítica al capitalismo que Luc Boltanski y Eve Chiapello han identificado como constantes en los últimos dos siglos: el capitalismo como fuente de desencanto y de inautenticidad del tipo de vida a él asociado; el capitalismo como fuente de opresión; el capitalismo como fuente de miseria y; el capitalismo como fuente de oportunismo y de egoísmo. (Boltanski y Chiapello, 1999, p. 84)

Algunas críticas a la categoría reificación

³⁵ Incluso, pese al contraste de enfoque, puede esto mismo relacionarse con la idea de que “No puede ser el criterio de la belleza, necesariamente subjetivo, el que permite calificar el estado del capitalismo artístico, sino la organización objetiva de su economía, en la que las operaciones de estilización y de moda, de seducción y de cosmetización, de diversión y de sueño se desarrollan a gran escala en los niveles de la elaboración, la comunicación y la distribución de los bienes de consumo” (Lipovetsky y Serroy, 2015, p. 33)

La historia del término también registra momentos en que algunos estudiosos han dudado acerca de su pertinencia; para ello han señalado elementos que desde luego habrá que atender para no incurrir en el paradójico error de instrumentalizar el mismo concepto de reificación, al asumirlo como una noción por completo acabada. Una de esas críticas señala que la categoría reificación, al afirmar la adopción por parte del individuo de una “falsa conciencia” originada en la ubicuidad de los valores burgueses, antepone la suspicacia de que si se trata ésta de una conciencia ilusoria o fantasmática, entonces existe una conciencia verdadera que es inherente de un modo ontológico a la esencia humana.

La respuesta ya ha sido expuesta por otros autores (y quizás por el mismo Lukács, pero no de manera explícita) en el sentido de que la reificación debe entenderse como un constructo teórico enmarcado en la hermenéutica del materialismo dialéctico; en otras palabras, asumir el concepto reificación supone adoptar la pauta interpretativa que observa el proceso de desarrollo de un discurso y su contrario que en su interrelación llevan a una síntesis integradora; ya en el plano fáctico, la lucha de clases entre los dueños de los medios de producción y el proletariado, llevará a una sociedad sin clases que emergerá del “triumfo” de éste último. La lectura de la realidad bajo este prisma supone la aceptación de la historia como una serie sucesiva de fases; esto implica una noción hegeliana que con el marxismo asume su cariz crítico de las relaciones sociales determinadas por el tipo de reproducción material en el que se circunscriben.

Al concretarse el papel revolucionario del proletariado frente al lugar preeminente de la burguesía en el orden capitalista, se asume que moralmente debe resolverse la contradicción histórica de opresores y desposeídos a partir de la recuperación de los seres humanos de los frutos de su “hacer”; esta posición supone que son los trabajadores los

legítimos dueños de los productos del trabajo y con ello que también les asiste la justicia de que sean sus intereses los que prevalezcan en la futura sociedad sin clases. En suma, el proceso de concienciación del proletariado acerca de la necesaria erradicación de las condiciones de explotación, incluye percibir que en el plano de lo material, la prevalencia de la conciencia burguesa representa un estado de convivencia ilegítimo por injusto, opresor y alienante, el cual es imprescindible combatir si lo que se pretende es la evolución hacia una sociedad más armónica y pacífica. Así, la categoría reificación no pretende situarse como una noción metafísica tendiente a la definición de la trascendencia humana sino es, ante todo, un método crítico para la deconstrucción de las relaciones sociales adscritas a un modo de producción.

En otra de las críticas a la categoría, Georges Bataille señala que la reificación no es un “problema” que debe ser “curado” debido a que todos los objetos y valores son ilusorios; de hecho las cosas en general cuentan con una naturaleza ilusoria, por ello, la propia idea de la reificación será así una noción reificada en el sentido de que inadvertidamente estaríamos convirtiendo el término en una cosa.

La respuesta a este planteamiento es que, aun con el innegable riesgo de banalización en que se encuentra la categoría reificación, su potencial crítico y metodológico no se agota por ello. Es decir, que se presente un abuso o instrumentalización apresurada de la reificación, no supone su inutilidad interpretativa. Nos parece entonces que la crítica de Bataille se origina en la inclinación a asumir el concepto reificación bajo un estricto sentido filosófico que sólo atañe al ámbito especulativo, cuando al mismo tiempo, no se puede dejar de lado los efectos prácticos de exclusión y despojo que la reificación también refiere. Así, no es un problema en sí mismo que en la relación del individuo con el

mundo exterior ocurra una objetivación del trabajo y de las ideas, sino que ello se presente de un modo absolutizado en función de las determinaciones de clase de la mentalidad burguesa, la cual establece una forma de convivencia humana y un discurso unilaterales que apuntalan cosmovisiones cerradas en sí mismas y excluyentes de lo diverso.

Quizás buena parte de las confusiones o desacuerdos que se presentan en torno al término tiene relación con lo que habíamos tratado sobre el asunto de las distintas formas de asumir su sentido literal. Así, el concepto, originado en el siglo XIX del vocablo alemán *verdinglichung*, en el momento de su traducción al habla inglesa, adquirió un sentido particular debido al prefijo latino “res” que en las bases del discurso filosófico refiere el problema relacional entre el pensamiento y los objetos externos, tendencia que fue dominante en la etapa temprana de la modernidad con los racionalistas como Leibniz, Spinoza y Descartes así como entre empiricistas como Locke y Hume; en este entendido

El trazo filosófico de la traducción al inglés de *Verdinglichung* abrió el término a malas interpretaciones y usos que ampliamente distorsionaban el contexto marxista, lo que quizás es una de las razones posibles por las que el término puede aparecer en investigaciones de temas religiosos sin plantear vínculos identificables a las ideas fundacionales acerca de la reificación, como la alienación y el intercambio de mercancías, en las que Marx puso énfasis, [por ello] la reificación presente en las relaciones entre personas que produce jerarquías de privilegio y que delimita las formas en las cuales actualmente los humanos conviven, sí es una base crítica plausible para el uso del término. De ese modo, si se mantiene el término en su contexto marxista, y si se atienden las implicaciones de cómo las relaciones de intercambio económico son en sí mismas reificadas y mercantilizadas, entonces la reificación como término crítico es productivo e informativo. (Morrison, 2009, pp. 75 y 76)³⁶

³⁶ Traducción hecha por nosotros.

Esto es lo que permite apuntalar el sentido que hemos querido asentar del concepto, porque hacer equivalente desde una postura únicamente filosófica a la reificación como todo proceso de objetivación, nos alejará del sentido crítico y deconstructivo con el que pretendemos atender uno de los objetos fundamentales de nuestro análisis: el capitalismo. Esto no significa que utilizar de otro modo el término reificación necesariamente sea inadecuado, sino que debemos delimitarlo semánticamente para no referir áreas o fenómenos de la subjetividad humana, distintos de los que son nuestro interés diseccionar.³⁷

De modo semejante, esta idea nos vincula también con la reticencia con la que algunos medios de la crítica materialista reciben a la reificación como categoría, ya que en su opinión, se trata de una propuesta que parece centrarse exclusivamente en los fenómenos de la conciencia y descuida el escenario de las exclusiones concretas determinadas por la hegemonía del capital. Si bien comprendemos el sentido de esta alocución, no por ello consideramos, como hemos ya sugerido, que la reificación sea una categoría absoluta que no requiere de aclaraciones interpretativas. De hecho ahí radica su conveniencia; de la exposición que permite de un cúmulo complejo de fenómenos de la conciencia que tienen en la vida material su origen y que exponen, por lo mismo de implicar a los ámbitos psicológico y simbólico, una serie muy diversa de manifestaciones en la existencia cotidiana de las sociedades y de los individuos inmersos en ellas, porque como Mario Margulis señala

La *reificación* es un mecanismo ideológico que afecta las significaciones, aumentando su opacidad y ejerciendo un efecto deformador y engañoso sobre la discursividad social. Se extiende a diversas

³⁷ Esto es lo que nos permitiría corroborar que Hannah Arendt de ninguna manera se circunscribe a un modelo marxista, porque como se desprende de su “teoría del ser humano”, éste, entendido como *homo faber*, fundamentalmente es un ser de reificación (Morrison, 2009, p. 81).

esferas de la vida social, desbordando el ámbito de los puros intercambios económicos. Lo ideológico se expresa en el plano discursivo, en diferentes tipos de mensajes, en los que se advierten los síntomas típicos que caracterizan a los efectos negativos de la ideología: empobrecimiento en la significación, presentación de la parte por el todo, alejamiento de la historia, apelación a la naturaleza (...) Así, la reificación alcanza en principio al propio trabajador, tipificado y calculable en tanto poseedor de la mercancía básica para el funcionamiento de la economía y la creación del valor: la fuerza de trabajo. *El trabajador*, sus aspectos humanos, son presentados como cosa, se convierten en mera cosa: fuerza de trabajo, tiempo de trabajo, trabajo abstracto. El trabajo que el trabajador despliega en un sistema productor de mercancías deja de devolverle la conciencia de su creatividad, de su potencia creadora. (Margulis, S/F, p. 4)

Reificación: Síntesis dinámica de la alienación, el fetichismo de la mercancía y la cosificación

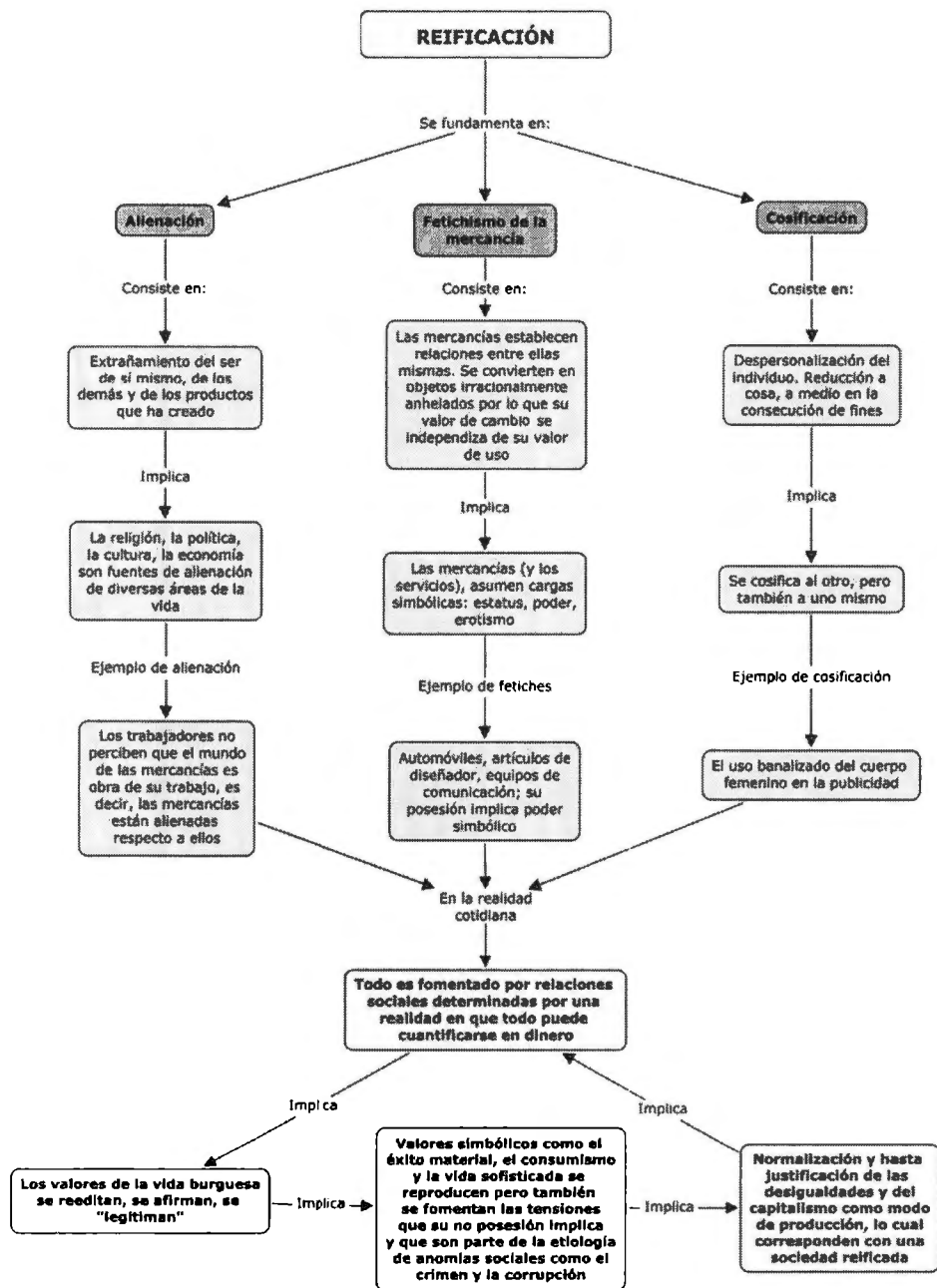
A lo largo de este capítulo hemos diseccionado el concepto reificación para ilustrar los fenómenos que la caracterizan como escenario sobre el que se verifica la convivencia en ámbitos capitalistas contemporáneos. Lo decimos en estos términos debido a que la evidencia fenoménica con la que nos servimos nos lleva a la conclusión de que el capitalismo es un modo de producción que de manera cada vez más clara corrobora la lectura teórica inaugurada por Lukács al margen de que en ciertos detalles podamos tener algunas divergencias de forma.

Como habíamos plasmado en el inicio de este mismo capítulo, la reificación consiste en la transformación de propiedades, relaciones y acciones humanas en propiedades, relaciones y acciones entre cosas creadas por el propio ser humano. En este proceso, dichos objetos han adquirido tal independencia que han terminado por gobernar su

vida por lo que ahora su conducta es dirigida por las leyes del mundo de las cosas. Otro aspecto que se desprende de la postura de esta idea es que, igualmente, se puede afirmar que la reificación es la forma más radical y generalizada de la alienación la cual es propia de la sociedad capitalista moderna.

Dicho esto, la forma como nosotros consideramos integrar estas nociones para evitar un aparente devaneo discursivo es que la reificación es un proceso característico de las sociedades capitalistas por el que el ser humano se ve determinado en sus manifestaciones mentales y fenoménicas por una conciencia alienada (de sí mismo y de sus semejantes), por un mundo de mercancías y servicios fetichizados, y por un ámbito de convivencia de constante cosificación de su persona y de la del resto de los seres humanos. Bajo estos términos, la permanente tendencia del modo mercantil capitalista de integrar todas las áreas de la existencia humana a los circuitos de lo comercializable hace que la reificación se mantenga como un fenómeno dinámico de la conciencia en función de la participación del individuo en una estructura social también determinada de manera creciente de acuerdo con los requerimientos de dicho modo de producción.

Hecha la aclaración, con el siguiente esquema deseamos ilustrar el planteamiento de la reificación como hasta aquí lo hemos descrito tanto en el sentido de su funcionamiento como en el de su expresión en la conciencia.



Fuente: Elaboración propia.

Además de servir como resumen de lo que hemos expuesto hasta este punto en el presente capítulo, el esquema es una guía condensada de buena parte del contenido que en los siguientes capítulos trataremos porque resulta claro que debemos atender las posibles suspicacias que surjan de lo escrito en él. Queremos, entonces, puntualizar lo que los últimos cuadros contienen: una suerte de relación heurística entre valores simbólicos,

discursos y pautas de vida que se manifiestan en diversos efectos psicológicos y sociales en la cotidianidad; vida regida por el consumo como expresión de lo deseable, del éxito en la vida, del bienestar, incluso como evidencia de la propia bendición y del esfuerzo personal recompensados por Dios con lujos y comodidades; todo ello fomentado por medios de comunicación, ideologías y personajes “moralmente autorizados” que expresan las directrices de lo que debe ser anhelado. En este entendido, Jorge Veraza nos dice que

A diferencia de sometimiento de la capacidad o fuerza de trabajo para explotarla en el proceso de producción capitalista, el sometimiento de la vida cotidiana por el capital se aplica a diversas capacidades de consumo que los seres humanos ejercen al re-producir su vida directamente, y sólo puede tener lugar en el despliegue de estas capacidades en el consumo, es decir sólo si el dominio capitalista se opera sobre el objeto de la actividad de consumo. (...) Generalmente sólo se ven como problemáticas las relaciones interpersonales de la vida cotidiana, no la relación con los objetos, y menos a éstos en tanto generadores de determinadas relaciones entre los sujetos que son independientes de la voluntad de éstos pero imprescindibles para su duración como entes vivientes (Veraza, 2008, pp. 187 y 189)

Podemos inferir las tensiones anímicas que se presentan en un mundo diseñado de semejante manera y cuyo modo de producción dominante muestra demasiadas evidencias de no estar poniendo al alcance de todos este mismo esquema de vida, o de estar haciéndolo en una forma profundamente desequilibrada como podemos constatar con fenómenos como la pobreza y la concentración de la riqueza, no solo entre individuos sino entre sociedades enteras. Si la caída del Muro de Berlín auspiciaba la apertura de las puertas a la felicidad para todas las personas y naciones a través de la guía de la mano invisible del mercado y de la economía liberal, ¿qué fue lo que falló para que las desgracias humanas, las

confrontaciones, las precariedades y las injusticias prevalecieran, por no decir que aumentarían dramáticamente?

Conciencia y conciencia reificada

El hecho de que para nosotros sea tan importante analizar los fenómenos de la conciencia en un entorno de relaciones reificadas nos lleva, por último, a expresar sobre qué entendido partimos cuando expresamos, primero, el propio vocablo *conciencia* y, en segundo lugar, *conciencia reificada*, aun cuando ello pueda en general inferirse de lo que hasta aquí hemos expuesto. Para ello podemos recurrir a algunos planteamientos que muestren el sentido que entendemos por el primero vocablo, el cual, sea dicho desde este momento, no se limita a la capacidad del ser de ubicarse en el tiempo y en el espacio. Va más allá; Georg Simmel indicaba que al hablar de la conciencia debemos percibir que si bien las estructuras sociales o culturales existen en forma aparentemente autónoma, también son la representación de algo que depende de la actividad de la propia conciencia; de este modo, las normas y los valores se interiorizan en la conciencia individual aun cuando, paradójicamente, el individuo no perciba ese proceso por el que adopta dichas normas y valores. (Ritzer, 2005, p. 325) En una línea coincidente, Cornelius Castoriadis indica que

Yo (moi), superyo, ideal del yo, son impensables, salvo en tanto productos (a lo sumo, co-productos) del proceso de socialización. Los individuos socializados son fragmentos hablantes y caminantes de una sociedad dada; y son fragmentos totales; es decir que encarnan -en parte efectivamente, en parte potencialmente- el núcleo esencial de las instituciones y de las significaciones de su sociedad. No hay oposición entre el individuo y la sociedad, el individuo es una creación social, al vez en tanto tal y en su forma social histórica dada cada vez. La verdadera polaridad es la polaridad sociedad/psique (la

psique-soma en el sentido dado más arriba). Sociedad y psique son a su vez irreductibles una a la otra, y realmente inseparables. (Castoriadis, 1997, 3 y 4)

Por otra parte, George H. Mead, indica que la conciencia no es algo que se encuentra en los mecanismos cerebrales de los individuos sino es un proceso social; es el medio en el que estos mismos se desenvuelven; esto permite comprender que los humanos puedan comportarse en un modo significativo aun cuando no sean conscientes de qué significado tiene su conducta. (Ritzer, 2005, p. 483). Desde luego, es necesario dar por sentado que para la existencia de la conciencia existe un presupuesto biológico que, sin embargo, aquí no es el caso dilucidar; de hecho, la dimensión psicosocial de la conciencia es la que actúa para darle un sentido propiamente humano a esa base biológica cuando se refiere a las relaciones de las personas en sociedad. Podemos ahora apuntar estos planteamientos con la idea, muy generalizada en la teoría sociológica en torno a la conciencia, de que

Los actos, formas y contenidos de la conciencia están determinados esencialmente de forma social. Se distingue entre la conciencia individual y la social. Esta última se entiende como el conjunto de puntos en común, ideales y reales, de las personas y de las acciones y resultados que derivan de ellos (tanto en relaciones integradoras como en relaciones conflictivas), que hacen posible, en última instancia, la existencia de la sociedad. A la conciencia se la considera producto del desarrollo histórico global de la sociedad. La conciencia social tiene, con todo, una independencia que sólo es relativa, puesto que no existe independientemente de la suma de conciencias individuales. (Hillman, 2001, p. 153)

Así, lo social tiene la peculiaridad de interferir en la subjetividad del individuo a través de las adopciones características de la socialización; ello le lleva a la certeza de que

el mundo que vive es el único posible, la unívoca realidad a la que puede accederse, a tal grado que se termina por constituir en “un absoluto que opera como organización interior, como sistema autocontenido o conjunto de relaciones estructurales pertenecientes a la realidad privada del actor social. Es decir, lo exterior volcado en y constituyendo la conciencia es vivido por el individuo como la ‘realidad’”. La consecuencia objetiva de semejante condición de la conciencia es que “El desconocimiento profundo de lo interior que opera tanto en las capas conscientes como inconscientes de ese individuo posibilita la dominación.” (Alarcón, 2003, p. 2)

Lo anterior se debe a que el individuo pierde su autonomía de acción y pensamiento frente a una realidad que, visto a la luz de una introspección profunda, se denuncia a sí misma como una mera apariencia que sin embargo tiene consecuencias tanto subjetivas como objetivas, tal como se ve en el hecho de que, mientras unos individuos experimentan con ansiedad la imposibilidad de adquirir satisfactores materiales no básicos (algo subjetivo), otros soportan penurias concretas como el hambre (algo objetivo). Así, “la verdad, y el conocimiento de ella, se constituyen en un compuesto relacional meramente arquitectónico pero con consecuencias reales en el plano de la vida y de lo social.” (Alarcón, 2003, p. 4)

Esto nos vincula con el asunto más específico de la conciencia reificada como una manifestación contemporánea de la falsa conciencia; para explicar esta categoría, Marx plantea que son las circunstancias vitales y específicas de las personas en la estructura social las que determinan los modos de pensar y obrar. De hecho, precisamente uno de los cometidos de disciplinas como la sociológica y la psicología ha sido la de revelar qué factores llevan a que la falsa conciencia oculte las necesidades reales de las personas, de tal

modo que éstas se resignen y hasta justifiquen situaciones que les son desfavorables.³⁸ No obstante, la noción de que la realidad social es de orden dialéctico permite suponer que la falsa conciencia contiene en su seno la posibilidad del desarrollo de una conciencia crítica que favorecerá una conducta autónoma a partir de la identificación de los factores que oprimen el ejercicio de la libertad. Porque habrá que decirlo (y de ello depende la esperanza de convivencias alternas y más humanas), si bien la conciencia de la mayoría de los individuos en condiciones de capitalismo se ha caracterizado por su sujeción voluntaria a una realidad que los violenta, la interacción social también puede llevarnos a estadios de percepción de mayor trascendencia, como era el sentido al que se refería Marx cuando hablaba de la posibilidad de una toma de conciencia crítica.

En este tenor, la “conciencia reificada” funge como una actualización de la falsa conciencia (de la cual, también Lukács habló), dado que además de referir el atributo de una conciencia limitada para reconocer su propia atrofia generada por las relaciones económicas y sociales, también describe los mecanismos que la vuelven la base de la reproducción del sistema contemporáneo, el cual se caracteriza por un potencial de seducción al que Marx ni Lukács, por obvias razones, tuvieron posibilidad de interpretar.

Aquí es donde se imbrica el asunto de la conciencia con la reificación como categoría actualizada por nosotros. Como hemos dicho en este capítulo, la reificación es un proceso que caracteriza a un entorno de capitalismo contemporáneo donde el potencial de seducción del mundo de las cosas (mercancías, servicios) ha alcanzado ya un nivel

³⁸ Desde su posición crítica al marxismo rígido, Foucault percibe que las sociedades modernas funcionan precisamente con diversos mecanismos de control que no necesariamente suponen una opresión concreta o una tiranía, ello le hace considerar que no es el encierro (la cárcel) el mecanismo primordial de disciplinamiento, sino diversos mecanismos de control y comunicación. (Foucault, 2001, p. 17)

planetario, seducción que explica la alienación extrema del individuo, el cual a su vez manifiesta en su actuar cotidiano una inclinación a cosificar a sus semejantes porque el mismo sistema en su conjunto tiende a mercantilizar al ser humano o a posicionarlo como un factor de producción más.

Siendo así las cosas, la conciencia reificada se definiría como el estado de la conciencia dominante en un entorno de capitalismo contemporáneo; ello supone que el individuo se posiciona frente a la realidad reificada asumiendo las condiciones del sistema, sus valores, sus esquemas, sus consecuencias, sus discursos, como propios de la realidad en sí misma. Este posicionamiento frente al mundo implica que el individuo también sea víctima de los recursos del propio sistema capitalista global para su reproducción, como es el caso de la puesta en el mercado de mercancías atractivas, el bombardeo publicitario de bienes y servicios y la mercadotecnia; con ello, el estado anímico del propio individuo estará íntimamente relacionado con su participación en el consumo, con las aspiraciones por una noción aburguesada del bienestar y con la pretensión por un estatus sustentado en la capacidad de compra. Boltanski y Chiapello indican que

El acceso a las condiciones de vida ejemplificadas por la burguesía fue, desde el siglo XIX, uno de los estímulos más importantes para hacer soportable el esfuerzo solicitado a las otras clases. (...) [Así] La persistencia del capitalismo como modo de coordinación de las acciones y como mundo de vida, no puede ser comprendida sin tener en cuenta las ideologías que, justificándolo y confiriéndole un sentido, contribuyen a generar la buena voluntad de aquellos sobre los que se levanta y a asegurar su adhesión. (Boltanski y Chiapello, 1999, pp. 28 y 48)

La conciencia reificada también obstaculiza la posibilidad de emancipación del individuo; esto tiene origen en factores como la ya mencionada inclinación a leer al mundo

capitalista como una concreción inamovible o bien, a la postura de resignación frente a una realidad que aunque pueda ser percibida como lesiva de la dignidad humana, dota al individuo de una relativa seguridad material que él no está dispuesto a poner en riesgo.

Desde luego, no se trata de que todos los individuos manifestarán en forma idéntica los efectos de la conciencia reificada; de hecho, muchos de ellos realizarán sus actos cotidianos alternando estos rasgos con actividades lúdicas o de participación social de otro orden o incluso podrán ser críticos frente al carácter excluyente, expoliador y superficial del sistema. No obstante, también permanecerán en general atados a la lógica consumista del mundo contemporáneo; con ello seguirán adscritos de una u otra manera al quid dominante y autorreferencial del capitalismo global.

Las circunstancias cotidianas que ejemplifican al mundo y a la conciencia reificada las veremos en particular en el capítulo III; hasta acá reiteramos la idea de que en efecto, la conciencia reificada es la falsa conciencia de nuestra época; el corpus subjetivo que se retroalimenta de la axiología del sistema de producción contemporáneo caracterizado por la reificación que en este capítulo hemos definido. Se trata de la distorsión del juicio y de la voluntad que Marx vio originados en las relaciones sociales del capitalismo clásico, pero ahora a la luz de un mundo hiperalienado, hipermercantilizado e hipercosificado.

Es así, en fin, que en los capítulos ulteriores iremos justificando la que consideramos la explicación general de esta debacle: la crisis de las sociedades contemporáneas se debe a la esencia reificante del modo de producción capitalista que en las últimas décadas ha mostrado sin ambages su naturaleza autorreferencial y excluyente, así como su tendencia inmanente a colocar todos los espacios posibles de la existencia

humana en el circuito de lo comercializable. Pese a este escenario sombrío, también argumentaremos que existen expresiones organizativas, arraigos culturales, luchas teóricas y proyectos sociales concebidos sobre principios que subvierten en diversas formas e intensidades los cimientos ideológicos, psíquicos y simbólicos sobre los que se sostiene la vida reificada.

Conclusión

A la largo de este capítulo hemos referido el aparato teórico fundamental así como algunos de los prismas metodológicos sobre los que descansa la totalidad de esta investigación. Así, partimos del análisis de la reificación en su realidad como concepto; para ello recurrimos a la revisión de la génesis del vocablo y al proceso que llevó a su establecimiento en el seno de la crítica desde el materialismo; recurrimos para ello a la recuperación de los principales estudiosos que a través de la historia se han enfocado en la descripción de los fenómenos de la conciencia que el término señala.

Tras haber puesto énfasis en diversas dificultades semánticas a la hora de atender este asunto del que Georg Lukács es su exponente más visible, pasamos a una segunda instancia de análisis en la que recuperamos el tratamiento de la reificación pero ahora vista como categoría, es decir, no sólo como concepto sino también como pauta metodológica que ha sido una herramienta en el trabajo de diversos estudiosos, incluyendo a una buena parte de ellos que continúan aún hoy su labor investigativa. Este ejercicio supuso, por lo mismo, la recuperación no sólo de las posibles divergencias que unos y otros mantienen acerca del sentido de concepto sino también de la forma como puede volverse una pauta operativa en el análisis de la realidad contemporánea. Ello nos llevó a reiterar nuestra

convicción de que la reificación no se limita a una expresión de carácter meramente descriptivo sino también se trata de una categoría de enorme potencial crítico, esto porque el actual es un momento histórico en el que el capitalismo industrial ha realizado sus potencialidades sintetizando su dominio a través de la cooptación de todos los ámbitos de la existencia para lograr la exitosa realización y continuidad del proceso de producción, siendo el consumo el eslabón que solidifica el éxito del sistema en su conjunto. Visto así, como proceso, la reificación y todos sus elementos característicos han terminado por adherirse a la subjetividad humana de tal modo que podamos hablar del dominio de una conciencia reificada como tamiz que utilizamos para la lectura de la realidad.

Es entonces de este potencial deconstructivo del que nos servimos al final de este capítulo para ilustrar la forma como nosotros afirmamos a la reificación no sólo como una pauta interpretativa sino también como un fenómeno y proceso necesario de ser evidenciado. Necesario en principio para plantear horizontes de posibilidad que reviertan las manifestaciones sociales y económicas que tienen efectos normativos expresados por la exclusión, la opresión y el olvido de millones de seres del pasado y del presente. Esto fue lo que nos hizo dar inicio a la recuperación de la postura metodológica de Walter Benjamin como universo interpretativo que en nuestra opinión, contiene un importante potencial para ofrecer una respuesta crítica a las grandes dudas de nuestros días, a partir del reconocimiento de lo que a través de la historia ha sido negado.

La propuesta de Benjamin es, así vista, una de las inspiraciones que guiarán a los subsecuentes capítulos de esta investigación, ya que tras revisar en el segundo capítulo a la génesis histórica de sociedad reificada en México, en el tercero atacaremos los fenómenos de la contemporaneidad que son, en nuestro entender, el rasgo indeleble de este

padecimiento que actualmente expresa el alcance planetario que el modo de producción capitalista ha logrado. Esto hace necesaria una reflexión que actualice las preocupaciones que Lukács y otros teóricos tuvieron en su momento, para que de ahí atendamos, en el cuarto y último capítulo, los ámbitos de posibilidad para la generación de escenarios que permitan una incipiente subversión de los procesos de reificación contemporáneos.

CAPÍTULO II. REIFICACIÓN: ESPACIO, CONSUMO Y MERCANCÍAS. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA REIFICACIÓN EN MÉXICO.

Claude se había hecho este razonamiento: «El plan de mi existencia está trazado. No tengo más que aceptar las ventajas de mi tiempo. Para marchar con el progreso y vivir totalmente feliz, me bastará con leer los periódicos y los carteles publicitarios, mañana y tarde, y hacer exactamente lo que esos soberanos guías me aconsejen. En ello radica la verdadera sabiduría, la única felicidad posible». A partir de aquel día, Claude adoptó los anuncios de los periódicos y de los carteles como código de vida. Éstos se convirtieron en el guía infalible que le ayudaba a decidirlo todo; no compró nada, no emprendió nada que no le hubiera sido recomendado por la voz de la publicidad. Así fue como el desventurado vivió en un auténtico infierno.
Emile Zola en *Una víctima de la publicidad*

Introducción

En el capítulo previo hicimos un viaje por algunas de las principales líneas que describen teóricamente a la reificación como concepto y como categoría; ello nos llevó a su vez a la explicación de esa noción como fenómeno y proceso que se proyecta en la conciencia. Es ahora nuestra intención trasladarnos al nivel de la exposición fenomenológica correspondiente, es decir, al plano de la verificación fáctica de la reificación en la vida cotidiana. Cabe señalar que para este ejercicio nos basamos en reflexiones de diversos autores que tomaron espacios de análisis de ciudades occidentales, dado que nuestro interés particular se centra en el fenómeno en ámbitos urbanos, particularmente en lo que se refiere a la Ciudad de México como caso que ejemplifica de mejor manera nuestros intereses de análisis.

Consideramos que una de las vías por las que se puede rastrear de mejor manera la huella histórica de la reificación como proceso adherido al ser social burgués es precisamente el consumo, no sólo porque se trata de uno de los momentos cumbre del proceso de producción en términos de capitalismo sino también porque es el acto simbólico por excelencia que retrata, tanto las antinomias del actuar humano, como los valores axiológicos que sostienen la estructura anímica del comprador situado en una sociedad reificada. De hecho podríamos hablar entonces no únicamente del consumo sino del consumo reificado como pauta definitoria del intercambio en el modo de producción capitalista.

El consumo reificado puede ilustrarse con el acto de compra de artículos cotidianos –en especial los de tipo suntuario–, particularmente desde el periodo en que el capitalismo clásico hace su aparición como forma no sólo política sino también como pauta de convivencia social. De este modo, el contacto del individuo con el universo de la mercancía corre un derrotero histórico particular en el que la oportunidad de compra fue rodeando espacialmente al ser, así, del espacio abierto de la plaza o el parque público del siglo XVIII en el que las oportunidades de compra eran casi limitadas a lo que los vendedores ambulantes ofrecían a los paseantes, nos trasladamos al momento en el que el pasaje decimonónico y las tiendas de novedades se convierten en referentes de comercialización que ahora flanquean el paso de las personas mostrando en sus aparadores los últimos artilugios del capitalismo en ciernes. La fase siguiente será la tienda departamental como resultado de la evolución histórica de la tiendas de novedades; ella se presenta como una suerte de primer templo de la comercialización al que las personas asisten con el fin particular de comprar muy diversos géneros de productos. Por último, el espacio que corona este proceso será el centro comercial moderno; sitio por antonomasia del comprador

autosuficiente que ya no sólo puede sobrevivir todo un día gracias al abanico de mercaderías y servicios ofrecidos, sino también por la cantidad de estímulos visuales que motivan que, aun sin dinero, pueda consumir anhelos, deseos y proyectos de vida.

I. Espacios urbanos y consumo en México. Primeras reflexiones

Como sabemos, los elementos de la expresividad humana son muy diversos y complejos, y en su integración general como un todo directriz de la vida humana, hacen referencia a una profunda naturaleza reificada de las sociedades contemporáneas que corona incontables tendencias alienantes que en otras etapas habían dado inicio; así, la medición del tiempo es un constructo cultural que favoreció la articulación de las relaciones humanas, pero es con la generalización del modo capitalista mercantil cuando el tiempo se convierte en una pauta de cuantificación de la actividad humana en función del proceso de producción.

Mientras en la Edad Media el alba y el crepúsculo eran los principales eventos que los individuos utilizaban para sincronizar sus actividades, la necesidad de maximizar las ganancias con el arribo de la sociedad industrial llevó a que en adelante las horas fueran instrumentalizadas para racionalizar racionalmente la jornada de trabajo.³⁹ Al respecto, John Zerzan nos dice que la vida que se simboliza es el más claro atisbo de un mundo real que va cubriéndose de ficciones. Los acercamientos relacionales de las sociedades primitivas, vinculados con una supervivencia fundamentada en el hacer directo y personal, en el

³⁹ En un interesante aforismo, John Zerzan señala que “Solemos decir que ‘no tenemos tiempo’, pero es la reificación básica, el tiempo, el que nos tiene a nosotros”. (Zerzan, 1998)

mundo alienado del capital mercantil se establecen en virtud del lugar que cada sujeto ocupa en el proceso de producción. Zerzan agrega:

Corolario de la simbolización, la reificación es una esclerosis que asfixia aquello que tiene vida, que es abierto, natural. En el lugar de la existencia se eleva el símbolo (...) El acto reificante del lenguaje empobrece la existencia mediante la creación de un universo de significado suficiente en sí mismo. El caso extremo de “suficiente en sí mismo” es el concepto de “Dios”, y su definición última es, de modo revelador, “Yo soy el que soy” (Éxodo 4, p.14) [de este modo] no es difícil estar de acuerdo con Lacan en que la iniciación en el mundo simbólico genera una persistente añoranza que procede de la ausencia del mundo real. (Zerzan, 1998)

Así, la generalización del intercambio mercantil proyecta en la mente de los individuos un sistema social de apariencias ilusorias que, sin embargo, son necesarias para el desarrollo y la reproducción del sistema capitalista. Con ello se configura un constructo ideológico que a su vez legitima al propio capitalismo en la manera como la religión lo hacía con el Antiguo Régimen. De este modo, la dinámica de la mercancía expande una idea falsa de igualdad, libertad y transparencia en una forma similar a las bases mágicas sobre las que descansaba la idea de Dios.⁴⁰

En este capítulo trataremos entonces el proceso sociohistórico por el que el individuo urbano ha sido progresivamente rodeado por el consumo reificado, de tal forma que una suerte de “cosmovisión burguesa” ha terminado por plantarse como la directriz

⁴⁰ No obstante, y como habíamos dicho en el capítulo previo, no fueron los críticos decimonónicos los que descubrieron la alienación inherente en el ser religioso; Napoleón, llegó a afirmar que “Sin la desigualdad en la propiedad, no hay sociedad. Y la desigualdad en la sociedad no se puede mantener sin la religión. Pues la desigualdad, y con ella, la sociedad misma, sólo puede existir cuando lo quiere un Dios y cuando se ofrece al hombre la perspectiva en el más allá de una distribución de bienes distinta de la que rige en este mundo”. (Margulis, S/F, p. 2)

valorativa que encamina la tendencia general de su comportamiento en un contexto de capitalismo; esto nos lleva de nuevo a la idea de la reificación como subjetividad dominante en la contemporaneidad. En este sentido, al realizar el paseo histórico arriba descrito, desde la plaza pública del periodo virreinal hasta los centros comerciales en México, expondremos las particularidades que manifiestan cómo el consumo por sí mismo habla de la creciente monetarización de la existencia; reiteramos en principio que en la experiencia cotidiana del ser urbano, los espacios de tiempo libre cada vez fueron más travesados por actos de compra o al menos por la eventualidad de su ocurrencia, lo cual se encuentra muy a tono con lo que hemos visto que implica el carácter fetichista de la mercancía y de los servicios.⁴¹

Es importante indicar que recurrimos a la exposición de imágenes que ilustran los episodios históricos descritos y que son también evidencia del lugar que en esta investigación tiene la experiencia visual (la dialéctica de las imágenes, diría Walter Benjamin), como pauta para una reflexión filosófica muy propicia en el contexto de sociedades reificadas. En esta línea, las ilustraciones, unas más otras menos, primero son evidencia y luego, una invitación para adentrarnos en ellas con una lente de interpretación que nos sugiera signos, símbolos y alegorías. Este ejercicio será, entonces, una suerte de preámbulo al análisis de orden filosófico de fuerte interés crítico hacia el modo de

⁴¹ Gilles Lipovetsky identifica que el capitalismo, en la acepción de “artístico” que él le da, ha pasado por tres fases: la primera abarca todo el siglo XIX hasta la Segunda Guerra Mundial, caracterizada por la proliferación inicial de grandes almacenes, alta moda, diseño industrial, publicidad, etcétera. La segunda fase corresponde a los años 50 a 80 del siglo XX donde se intensifica la importancia de la lógica artística en el diseño, la moda, la publicidad y las industrias culturales. La tercera fase es la de los últimos 35 años, definida por una hipertrofia del mundo del arte y de las grandes corporaciones de la cultura, así como de una planetarización del sistema artístico; una fase en la que se ha borrado la oposición entre arte y economía generalizándose efectos de hibridación en todas las áreas de la comercialización y de la expresividad humana. (Lipovetsky, 2006)

reproducción económica, el cual fundamenta los procesos despersonalizadores que ya desde el primer capítulo hemos descrito.

El mundo de las cosas que caracteriza a la reificación demuestra el empobrecimiento de los procesos de significación a los que la mente puede acceder; ello puede convertirse en un modo de ser que se multiplica por muy diversos escenarios de la vida cotidiana: el arte, la programación televisiva, los productos cinematográficos, la publicidad, las opciones para el tiempo libre; en este ambiente, el centro comercial asume su papel de epítome de la vida consumista, fruto del desarrollo de la relación espacial del sujeto con el acto de compra; en occidente y en México en particular, desde el siglo XVIII se observa la transición de pequeños comerciantes que vendían mercaderías sencillas a las familias paseantes en los parques y plazas, a la serie de locales consecutivos de los pasajes y tiendas de novedades del siglo XIX, pasando también por su evolución, que fueron las tiendas departamentales, hasta la apertura de los más sofisticados centros comerciales de los últimos años, en los cuales destaca la ubicuidad de las posibilidades de compra y servicios ante la mirada del visitante.

Si el habitante de la ciudad del siglo XVIII asistía al parque o a la alameda para departir en familia y con otras personas, el pasaje y los parianes aprovechan su traslado de una calle a otra para ofrecerle diversas mercancías en locales continuos. Posteriormente, la tienda departamental y comercial atraparán la atención de un público de clases medias emergentes; pero es la plaza comercial la que confinará al individuo a una suerte de jaula en la que no puede verse el mundo exterior ya que todo espacio hacia el que se posa la mirada está ocupado por algún comercio o publicidad que algo tiene que ofrecer. El sujeto se aliena para volverse autosuficiente en ese lugar: todos sus impulsos de compra y de esparcimiento

están cubiertos así como su necesidad de alimentos y servicios sanitarios. Aun cuando no tenga dinero para gastar, está la posibilidad de solo ver, desear lo que los aparadores muestran o lo que portan los demás visitantes.

Para el caso de la Ciudad de México y de otras urbes mexicanas importantes (Puebla, Guadalajara, Guanajuato, Mérida, Monterrey, por ejemplo) el proceso fue semejante (aunque con ciertos retrasos temporales) ya que en general las tendencias del consumo, de la moda y del propio diseño urbano tendrán en Europa y en los Estados Unidos buena parte de su inspiración a pesar de ocupar nuestro país una posición periférica respecto a las manifestaciones de la cultura de masas y de las directrices de la vida social según el prisma de las naciones “modernas y civilizadas”. Los rasgos en cada categoría (parques, plazas y alamedas; pasajes comerciales y tiendas de novedades; y tiendas departamentales y centros comerciales) nos permitirán imprimir una mejor radiografía de la tendencia señalada. Es necesario aclarar que no decimos que esta sea una tipificación agotada; lo que buscamos ilustrar es la tendencia centrífuga del consumismo en lo que se refiere a buena parte de los sectores urbanos a través del desarrollo histórico del capitalismo, no sólo en las potencias líderes del sistema mundo sino también en economías cuyo registro temporal demuestra su posición periférica en ese concierto.



Imagen 1. La Alameda Central. Ciudad de México, hacia 1880.



Imagen 2. Passage Choiseul, Paris, 1908.



Imagen 3. El Palacio de Hierro, años 50.

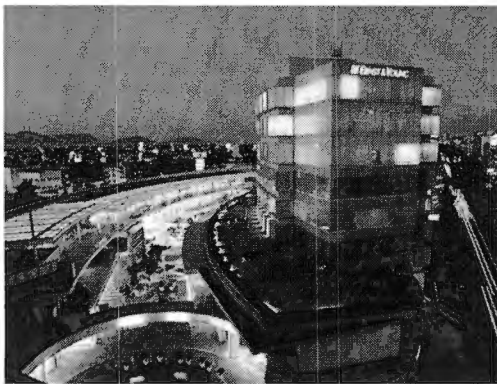


Imagen 4. Antara Fashion Hall. Polanco.

II. Parques, plazas y alamedas

Si bien la historia de los parques y plazas públicas se remonta mucho más allá del siglo XVIII, hemos querido poner atención a los periodos que exponen las tendencias de la modernidad que son de nuestro interés. Así, es necesario partir con la idea de que los

parques fueron concebidos como jardines públicos, siendo las “alamedas” el nombre y concepto genérico dado a los espacios arbolados destinados al recreo de los pobladores de las ciudades de la Nueva España, aun cuando su origen se remonta al siglo XV en Europa. Normalmente eran ubicadas en los márgenes de las ciudades bajo el entendido de que de esa manera los habitantes tendrían mayor contacto con la naturaleza abierta.

Las plazas públicas, a su vez, eran espacios donde se registraban importantes manifestaciones de la convivencia cotidiana dadas las actividades comerciales, religiosas y civiles que se presentaban, más no las destinadas al ocio como ocurría con los parques; de hecho, la heterogeneidad de sentidos que dichas plazas asumían funge como una buena medida de las características cotidianas y de la composición social del pueblo; en el caso de la Ciudad de México, Luis González registra una desangelada estampa de dichas plazas e incluso del actual Zócalo durante la etapa virreinal:

Las plazas no guardaban mejores condiciones que las calles. Inclusive la Mayor: servían de mercados públicos, de ordeñas de vacas. de chiqueros de cerdos y aun de rastros para hacer la matanza de carneros y reses que consumía diariamente la ciudad... sin atender a la molestia que resultaba de la hediondez de la sangre podrida, del copioso número de moscas y de los muchos perros... Lugar también había destinado para vender caballos y otro para el tráfico de esclavos... [La imagen de la plaza era aún peor] por las sombras de los petates de los puestos, por los charcos de agua y lodazales del piso, por el beque público. desde donde volaban las moscas para posarse en las frutas y en las fritadas al aire libre; y por la fuente de aguas siempre turbias, que lo mismo servía de abrevadero a las bestias que de piscina a la desnuda y harapienta plebe de vendedores y compradores... Abundaban los mendigos: unos ciegos, cojos y mancos; otros arrastrándose o enseñando asquerosas llagas o monstruosas y desnudas piernas... Al lado de los individuos de la plebe –muchos sin calzones y sólo embozados con mantos, tilmas, o simples ‘ayates’- pasaban por las calles los severos clérigos con lucientes sotanas y capas negras”. (González, 1992, pp. 154 y 155)

A pesar de estas escatológicas reseñas, no puede obviarse la trascendencia que en el imaginario social tenían esos espacios públicos pues la plaza, al congregar semejantes estampas habituales, fungía como

...núcleo de las actividades urbanas y configuraba la imagen del centro de la ciudad... Era un espacio más o menos cerrado y articulado con el exterior: en él, el habitante de la ciudad participaba por una serie de pequeños recorridos o simplemente permaneciendo en su interior, estando en él, el ciudadano concurría a la plaza y permanecía en ella. La plaza era un espacio conformado alrededor de un eje imaginario vertical y central. (Medina, 1998, p. 63)

Particularmente en referencia a las actividades mercantiles, la imagen de los comerciantes más numerosos en estos espacios de convivencia era la de los que ofrecían sus productos al menudeo, por lo que se puede deducir que se trataba de aquellos pertenecientes a los sectores sociales más desfavorecidos, por ello, en México, “La vida colonial hablaba en las calles y en las plazas... por boca de los indios, mestizos, mulatos y de otras castas, que pregonaban sus mercaderías en variados tonos, cantando o simplemente enumerando las legumbres, frutas, dulces y otras golosinas”. (González, 1992, pp. 156 y 157) Todo ello ocurría enmarcado en general en las calles y particularmente en los espacios públicos descritos, más allá del caótico cuadro que los caracterizaba. De hecho, el evidente descuido de las plazas y la necesidad de las autoridades locales de ganarse algo de respeto de los ciudadanos de la capital hicieron que a fines del siglo XVIII, la Plaza Mayor ganara un poco de dignidad estética cuando fue adoquinada y nivelada por mandato del segundo Virrey de Revillagigedo.



Imagen 5. Vista de la Plaza Mayor. Cristóbal de Villalpando, 1695.



Imagen 6. El Mercado del Parián, Ca. 1770.

Aun con la constante transformación del paisaje urbano, que a menudo coincidía con los ánimos de los personajes dueños del poder, los espacios de solaz público en el México Virreinal -como la Alameda Central o los paseos de Bucareli y Azanza-, se establecieron como puntos de reunión de los vecinos para el ocio y la convivencia; eso movía a diversos géneros de comerciantes a concurrir con el objetivo de ganarse el sustento, siendo sus potenciales clientes personas de diversas adscripciones sociales, pues habrá que asentar que el paseo dominical en el parque o la alameda era la experiencia adecuada para que las clases altas hicieran alarde de su garbo y prosperidad. En concreto, la vida cotidiana de la Alameda Central mostraba

...mujeres elegantes y hombres igualmente vestidos con distinción, algunos a pie, a caballo y otros sentados en la fuente central que toman el fresco. [Había también]...algunas mujeres que eran acompañadas de sus esclavas africanas y de otras que, sentadas en el suelo, vendían comida y

golosinas. Con ello, se muestra las relaciones y jerarquías sociales que se establecieron en la Nueva España y que se pueden apreciar en el paseo, el cual era utilizado por las clases altas conquistadoras no sólo para su ocio sino también como un sitio donde iban a exhibir su riqueza, mientras que los indígenas y esclavos estaban mayoritariamente en el paseo para servir a sus amos y como comerciantes ambulantes. (Hernández Cordero, 2012, p. 149)

Semejante vista permite identificar que el capital simbólico de los visitantes a la Alameda (algunos de los cuales entraban en carruaje) se encontraba determinado no por lo que podían comprar en ese lugar de esparcimiento, sino en la exhibición de su pertenencia a determinados grupos sociales; sobra decir que la actividad del consumo tenía un papel casi marginal no sólo en lo que se refiere a la importancia de las transacciones que se registraban sino también al hecho de que comprar una golosina no conllevaba una implicación significativa de estatus, o al menos no en los términos que hoy involucra el adquirir, por ejemplo, alguna prenda en una tienda de prestigio.

Pese a que en este sitio también asistían personas a descansar y a sentarse sosegadamente en las bancas, para el paseante la exaltación del boato era lo fundamental. porque ello ocurría en forma concordante con la disposición estamental del Antiguo Régimen que normalizaba la distancia entre jerarquías poblacionales de tal manera que, por ejemplo, “era de ver el interesante espectáculo que presentaban los charros, magníficamente vestidos, junto a los vehículos en que las damas elegantes distraían sus ocios ambulando por las treinta callecillas, de cinco metros de anchura que parten de la glorieta central [de la alameda] y de las ocho grandes calles que se enlazan con aquéllas” (De la Torre, 1998, p. 535).⁴²

⁴² Circunstancia semejante puede decirse de la administración y cuidado de la Alameda Central pues “En el siglo XVIII se estableció el cargo de alcaide de la Alameda, honroso en extremo, pues lo desempeñaron gente

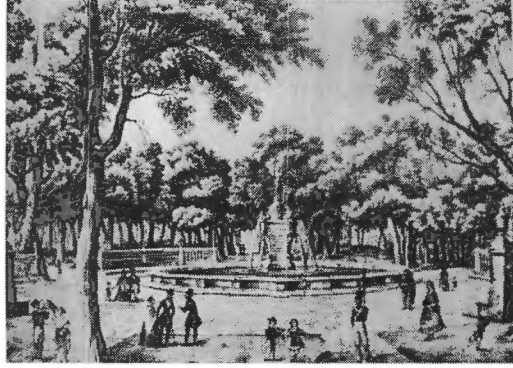


Imagen 7. Durante el gobierno del virrey Marqués de Crix, fueron colocadas cinco fuentes en la Alameda.



Imagen 8. Algunos de los muchos tipos de comerciantes ambulantes que pululaban en la Ciudad de México a principios del siglo XIX llegaban a la Alameda para ofrecer sus productos.

El ya señalado Virrey de Revillagigedo igualmente continuó el acondicionamiento del Paseo de la Viga y del canal que ahí fluía (hoy convertido en una importante vialidad). Este paseo también era conocido como “de la Orilla”, y se situó desde principios del siglo XIX como lugar de preferencia para solaz del pueblo, sólo que aquí la confusión social era de mayor intensidad aun cuando las familias no intimaran necesariamente en el lugar. Así, a este paseo asistía “desde el empleado que se avergüenza de ir en coche de alquiler a Bucareli, hasta el jovial y fandanguero lépero, que en compañía nada santa de una o dos

de tan alta alcurnia, como el marqués de Guardiola y el marqués de Casafuerte, célebre Virrey” (1998, De la Torre, p. 535).

chinas, va a gastar en una tarde el producto de una semana entera de trabajo” (Del Castillo, S/F), hasta personas de alta posición social.

El Paseo de Bucareli marcaba mayores distancias sociales por lo que eran reacios los pobres a visitar so pena de ser menospreciados por los acaudalados, no obstante, en el de la Viga había incluso un embarcadero para que las familias de clase humilde departieran en las trajineras y disfrutaran de diversas mercaderías como golosinas y aguardiente que vendían los indios de las cercanías quienes a su vez conducían esas embarcaciones y tocaban jarabes para la concurrencia, cobrando unos pocos reales por cada grupo. Al canal lo flanqueaba un camino por el que los cocheros conducían los carruajes de las familias de mayor abolengo mientras apuestos caballeros realizaban cabriolas con sus corceles para buscar el visto bueno de las doncellas (ver imagen 9), hijas de esa cumbre social que era la burguesía urbana, la cual solo estaba por debajo de las dos más altas esferas del México decimonónico que era el alto clero y los grandes terratenientes.

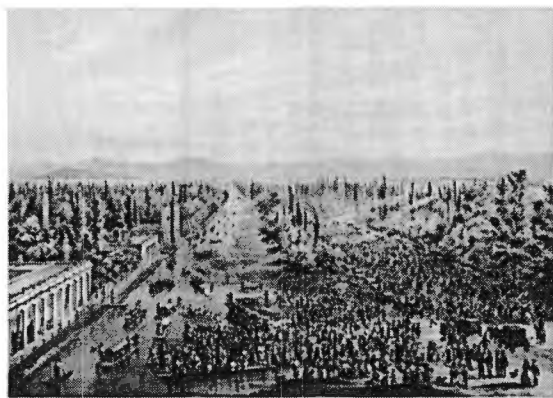


Imagen 9. El paseo de la Viga. Litografía de Casimiro Castro. 1856.

De todo esto nos deja una elocuente estampa Florencio María Del Castillo con su testimonio de mediados del siglo XIX:

...a la Viga acude el pueblo, el pueblo amigo del ruido, del movimiento y de las sensaciones... De las cinco a las seis de la tarde, el paseo llega a su mayor grado de animación: los coches y la gente de a caballo, recorren la calzada que se extiende a la derecha del canal. Los carruajes siguen una línea; pero los jinetes gozan de toda libertad: allí se admiran los hermosos caballos, llenos de fuego y de brío, que caracolean y se agitan; allí luce la habilidad y fuerza del que los monta, ora vista frac a la inglesa, ora luzca el rico y pintoresco traje del ranchero, pues en México generalmente todos saben montar perfectamente.

La multitud pedestre se agolpa al borde del canal, en donde hay bancas de piedra. Allí se sientan el papá y la mamá con toda la familia; allí se refugian todos los que componen esa clase media vergonzante que no va en coche, ni a caballo, ni quiere mezclarse con el pueblo. En cuanto a éste, su placer, su delirio, es embarcarse, tomar un lugar en alguna de esas inmensas canoas que se deslizan lentamente sobre el agua, al son de la música de cuerda, y estremeciéndose con el movimiento de los que bailan.

...Las canoas navegan así hasta Santa Anita o Iztacalco, pequeños pero pintorescos pueblecillos de indígenas que se mantienen con el comercio de flores, de legumbres y de patos. Allí se renueva el fandango, se hacen nuevas libaciones y cuando el sol ha caído, regresan todos más contentos, más animados. Todos vuelven entonces coronados de flores ...y ya entrada la noche, al dispersarse la multitud silenciosa, pues la alegría después de su explosión, causa y deja un vacío en el corazón, lleva hasta el hogar doméstico la guirnalda de amapolas, que es de rigor traer, como un recuerdo del placer pasado... (Del Castillo, S/F)

Esta cita nos habla de la presencia de la diversificación social y de los aspectos simbólicos, que si bien no eran interpretados, sí eran descritos por los mismos cronistas del momento; por ello la importancia de aspectos como el atuendo y la monta de caballos. La descripción de los espacios abiertos y de su uso, así como las imágenes que de ellos podemos observar sugieren tensiones inevitables propias de la convivencia cotidiana del siglo XIX, tal como se registra con el papel ambiguo que el autor asigna a la clase media. La jerarquización sociocultural permanece muy a pesar de la igualdad como ciudadanos

que asentaban los flamantes cuerpos legales; aun así, la gente de diversos estratos asistía con regocijo al Paseo, mientras el molde de la exclusión mutua se mantenía como telón de fondo. Aunque claro, también estos espacios ocasionalmente eran escenario de vivencias poco memorables, porque las dificultades adscritas a una vida precaria en tan desigual sociedad, llevaban a más de uno a una desesperación extrema, tal como queda asentado en la novela *El Periquillo Sarniento*, que al enmarcar la decisión del protagonista de acabar con su vida ante la continuidad y dureza de sus penurias, al mismo tiempo sugiere el tipo de modelos sociales que poblaba el imaginario de la “gente de razón”;⁴³ es decir, de aquellas persona sometidas a un tipo de alienación tradicional, aun no encuadrada precisamente en las formas burguesas de exclusion social.

...compré una reata de a medio real, la doblé y guardé debajo del brazo, y marché con ella y con mi maldito designio para el paseo que llaman de la *Orilla* [Paseo de la Viga]... Con el mayor fervor, comencé a tirar la reata a la rama más robusta para verificar la lazada; pero no fue dable conseguirlo, porque el aguardiente perturbaba mi cabeza más y más, y quitaba a mis pies la fijeza y el tino a mis manos [...] ya muy fatigado con mi piedra, trabajo y porrazos que llevaba, y advirtiendo que aun tenerme en pie me costaba suma dificultad, temeroso de que amaneciera y alguno me hallara ocupado en tan criminal empeño, hube de desistir más de fuerza que de gana; y [...] me acosté a dormir en la tierra pelada. ...En tan aciago lance se llegó a mí una pobre india vieja, que condolida de mi desgracia me preguntó la causa. Yo le dije que en la noche antecedente me habían robado, y la infeliz, llena de compasión, me llevó a su triste jacal, me dio atole y tortillas calientes con un pedazo de panocha.

(Fernández de Lizardi, 2012, p. 299)

⁴³ En el siglo XIX se usaba esta expresión para referirse en general a la población de tipo urbano para diferenciarla de “los indios”, a los cuales se les consideraba irracionales, sucios, torpes, rencorosos y dados al vicio, además de fenotípicamente desagradables.

Esta cita marca la presencia en el imaginario social de una jerarquización que se fundamentaba también en los espacios ocupados por los grupos que poblaban el México del siglo XIX. Para mediados de ese siglo prácticamente la totalidad de la población indígena se asentaba en el campo y en las haciendas mientras que los “blancos” ocupaban los centros urbanos más importantes. Los mestizos y las personas que en el siglo anterior habrían sido denominados castas y negros se dividían en ambos ambientes, siendo en el caso de las urbes, los que componían a los sectores más marginales o de plano quienes vivían en la indigencia. (López, 1967, p. 18) Aunque claro, y como habíamos señalado, buena parte de la población de las zonas agrícolas cercanas a las ciudades, a menudo viajaba a ellas para ejercer la venta de diversas mercaderías, uniéndose así al ejército de ambulantes pobres que producían en sus humildes hogares lo que ofrecían en las vías públicas:

Los más “independientes” de todos estos trabajadores urbanos eran naturalmente los numerosos “vendedores” que recorrían las calles de las ciudades durante el día. Los había de toda clases: vendedores de baratijas, que iban de casa en casa; dulceros ambulantes que detenían a los viandantes; fruteros, vendedores de periódicos, heladeros, carboneros, lecheros, pescaderos y, en fin, toda una multitud de pequeños comerciantes de productos salidos de los talleres artesanales y familiares, que inundaban las ciudades del país con sus monótonos anuncios públicos en las plazas y mercados; se encontraba también la multitud de tortilleras, cargadores, peponeros, etc. (López, 1967, p. 222)

Lo anterior se refiere a aquellos que se dedicaban a actividades legales o que no implicaban delincuencia abierta pero que, precisamente por llevar mercancía que ellos mismos habían producido, referían un pequeño margen de independencia a diferencia de los comerciantes de momentos posteriores que progresivamente tendieron cada vez más a la comercialización de productos fabricados por grandes industrias.

Las precariedades económicas que padeció el país entero tras la Independencia implicó que el bandolerismo y la rapiña cundiera con tal febrilidad -particularmente en los caminos entre las ciudades-, que para sus habitantes, el pertenecer a las familias decentes con un mínimo capital de fortuna era suficiente riesgo para padecer los estragos de los viajes fuera de los contornos de la urbe. Es decir, el papel diferenciador del estatus de un individuo no corría sólo por quiénes eran los sujetos que él voluntariamente menospreciaba por su origen humilde, sino también quiénes eran aquellos que ponían a menudo en riesgo su vida y patrimonio si tenían los arrostos de viajar de la Ciudad de México a la de Puebla o Veracruz. A tal grado llegó en el siglo XIX la plaga que cuando los habitantes se pusieron de acuerdo para no viajar sino más que sólo con una pequeña suma de dinero, a los pocos días apareció pegado en diversas calles el siguiente anuncio: “El general de bandas, habiendo sido informado que los señores viajeros se toman la libertad de no llevar con ellos sino una suma reducida, les advierte que aquellos que no lleven por lo menos doce pesos serán apaleados”. (López, 1967, p. 234)

Estampas semejantes no eran extrañas en un medio dependiente en gran modo de formas sociales y de marcos morales que aun dentro de la abierta delincuencia, aun abrían un espacio a este tipo de peculiares expresiones de honorabilidad, porque igualmente era conocida la religiosidad de los mismos salteadores de caminos, de tal modo que resultaba obvio para muchos que buena parte de representantes de las autoridades religiosas tenían vínculos de negocios y de lealtad con estos delincuentes:

...lo que más sorprendía a los observadores de la época [mediados del siglo XIX], particularmente a los extranjeros, era la intimidad que existía entre los bandoleros y el clero. Creyente casi fanático, el asaltante de “gran camino” no olvidaba nunca invocar la protección divina en el momento en que se

entregaba a la alegre tarea de saquear a los viajeros... [Así] El lazo que establecía el asaltante entre la invocación religiosa y sus actividades delictivas no era en él sino la manifestación de una buena conciencia: se consideraba, simplemente una víctima de la organización social. Pero era precisamente la necesidad de justificación religiosa lo que hacía al bandido tan sumiso a la autoridad del clero. (López, 1967, pp. 234 y 235)

No estamos diciendo que el bandidaje se limite como figura histórica al periodo de asentamiento de la sociedad burguesa en México, no obstante, nos permite evidenciar el incremento de las contradicciones en un país que había definido, supuestamente, cuerpos legales para la organización de su vida civil; así, a las viejas dificultades sociales heredadas del México virreinal, se sumaron las implicadas por las penurias económicas que la población padecía en ese país de proyecto nacional casi ausente; así también, a la diferenciación estamental del Antiguo Régimen, se adhirió la erigida por la vía de la fortuna económica; de este modo, aun cuando las incipientes constituciones sancionaban la igualdad entre los mexicanos, los usos y costumbres se mantuvieron por la vía de la decencia dictada por los apellidos y la extracción social, siendo comunes los episodios en que en una diferencia pública entre dos individuos, la decisión de a quién consignar a menudo corriera por el lado del origen de cada uno de los contendientes como se observa en una riña entre un sujeto del pueblo y un caballero, relatada en *Los bandidos de Río Frío* de Manuel Payno.⁴⁴ A pesar de que los testigos increpaban al caballero como provocador del desaguisado, el policía decide llevarse detenido al sujeto humilde:

-Eso ni pensarlo, ¿ni cómo tiene usted valor de proponérmelo siquiera? -le dijo con imperio al aguilita [policía] el caballero, repuesto un tanto de la emoción-. Soy una persona decente y nunca vamos donde

⁴⁴ Aunque publicada en México en 1892 por entregas en folletines, esta novela se ubica en el contexto del México de la primera mitad del siglo XIX.

va la canalla. Le daré a usted un apunte de mi casa y mi nombre, y yo me veré con el juez y el gobernador; no haya cuidado, pues tengo mucho empeño en que pongan las peras a veinticuatro a este pillo, que nada faltó para que me dejase muerto de la terrible pedrada.

...El *aguilita*, que sabía bien que a los de frac y de levita, a no ser por asuntos políticos, nunca se les lleva a la cárcel, no insistió y se contentó con retener en la memoria el nombre y las señas de la casa y recoger el bastón, que, astillado y casi en pedazos, estaba en el suelo, y hecho esto se encaminaron seguidos de alguna gente con Evaristo, dejando al otro en libertad, rumbo a la *Diputación* o a la *Cárcel de Corte*, como le llamaban entonces. (Payno, 1999, p. 65)

Era común que las personas de extracción humilde como las referidas en esta cita dedicaran sus esfuerzos al comercio en pequeño que hemos estado describiendo; eso supone que el trato displicente hacia ellos de parte de las clases altas y de las mismas autoridades hiciera el puente hacia la actividad con la que se ganaban la vida, así, era común que el menosprecio estuviera definido por la sola mención de su tipo de oficio o empleo como era el caso de los albañiles y, desde luego, de los comerciantes al menudeo. Igualmente, no estamos afirmando que el comercio de pequeñas mercaderías durante el virreinato sólo se diera en los parques, alamedas y paseos; de hecho, los parianes y mercados eran el punto fundamental del comercio en las ciudades de la Nueva España.⁴⁵ Lo que establece la diferencia de las transacciones entre estos espacios -parques y alamedas por un lado, y mercados y parianes por otro- es que los primeros fueron concebidos para el esparcimiento, mientras que los segundos se establecían para la atención de las necesidades del sustento diario, además de que el tipo de mercaderes aquí no se limitaba a humildes

⁴⁵ La particularidad de los llamados parianes, era que se trataba de sitios en los que sus locales (denominados también “cajones”) tenían el mismo tamaño y la misma forma lo que hacía que a su vez el lugar en conjunto tuviera una mayor lógica de organización y regularidad arquitectónica. De hecho, durante el periodo virreinal a partir del siglo XVI, en la Plaza Mayor de la Ciudad de México existió un parián que se caracterizaba por ofrecer las mercaderías de ultramar transportadas por la “Nao de China”.

individuos que vendían al menudeo, sino también había importantes comerciantes que ofrecían en sus locales las más novedosas manufacturas de otras partes del mundo.



Imagen 10. Vendedor de cacerolas de París. Paul Gavarni. ca. 1860.

Como puede suponerse, el contenido simbólico de los objetos comerciados, sobre todo en el caso de aquellos que tenían un sentido suntuario, se encontraba apuntalado no sólo por el origen de la mercancía sino también por quiénes eran sus vendedores, de este modo, la manufactura ofrecida por un negociante de origen extranjero brindaba a muchos compradores un importante estímulo para finalmente adquirirla, lo que da cuenta de un embrionario proceso de concentración de significados y de elementos simbólicos en las mercancías, rasgos fundamentales de la conciencia reificada. También es cierto que de por sí muchas familias de origen europeo tenían cierta tradición como ocurría con buena parte de las pequeñas tiendas al menudeo que solían ser propiedad de españoles, mientras que muchos franceses se dedicaban a profesiones libres. De hecho, esta suerte de prejuicio que desmerecía el lugar de los mexicanos frente a los extranjeros, también era fomentada por

estos mismos comerciantes y profesionistas quienes no dudaban de la superioridad de sus luces.⁴⁶

Para mediados del siglo XIX, los parques y espacios públicos continuaban siendo los sitios de recreo dominical preferido por las clases aristocráticas y para las emergentes clases burguesas de las ciudades mexicanas; en el caso de La Alameda Central, la llegada de Porfirio Díaz al poder en 1876 supuso el ascenso de una nueva visión de lo que debía ser una ciudad, por ello, este espacio sería clave para el diseño de los nuevos edificios y vialidades, ya que su posición (ya no externa, sino cada vez más central debido al crecimiento de la urbe) la situó como nuevo nodo físico desde el que serían montadas las obras arquitectónicas y públicas que ilustrarían el progreso mexicano, de ahí que en sus márgenes comenzaran a ser erigidos importantes edificios de utilidad pública así como exclusivas zonas residenciales. Aun con ello, la innegable existencia de numerosos grupos reducidos por la precariedad, mantuvo la afluencia de comerciantes ambulantes que ofrecían a los pasantes su mercadería porque, particularmente con el régimen de Díaz, aumentó el número de eventos como las kermeses, los conciertos de bandas militares, las fiestas cívicas y sociales y las ferias populares, lo que permitía una creciente afluencia de visitantes, incluyendo sofisticadas señoras y jovencitas que lucían los más espléndidos ropajes venidos de París y que contrastaban con su presencia entre la multitud de personas humildes.

⁴⁶ Esto puede observarse en el reporte que un cónsul francés enviaba a su país en 1843: “Casi todos los médicos, farmacéuticos, artesanos tales como cerrajeros, carpinteros, sastres, etc... son franceses. En una palabra, toda profesión, todo oficio que suponga un cierto desarrollo de inteligencia, está en manos de extranjeros”. (en López, 1967, p. 213)



Imagen 11. La Alameda a mediados del siglo XIX.

Se observa entonces una tendencia específica pues el cambio de régimen del país, de haber sido una colonia para convertirse en una nación independiente, había permitido la permanencia de una serie de contradicciones que se veían reflejadas en el comportamiento de sus habitantes. Así, el ascenso creciente de la burguesía supuso una ruptura discursiva que, sin embargo, custodiaba en su seno ciertos resabios del Antiguo Régimen que se expresaban en la forma en que la riqueza era materialmente expuesta. Si por una parte el jefe de una familia adinerada leía los tratados liberales herederos de la Ilustración, por otra mantenía su inveterada religiosidad así como los caprichos aristocráticos de su esposa e hijos, quienes no dudaban en encargar a sus sirvientes que compraran golosinas de las que vendían los humildes vendedores que encontraban a su paso en la Alameda, para después ordenar al cochero dirigirse a Sombreros Tardan para adquirir las novedades llegadas de Europa y Estados Unidos.⁴⁷

⁴⁷ Fundada en 1847 por François Dallet con el nombre de El Sombrero Colorado, pasó en 1899 a manos de los hermanos Tardan, originarios de Francia, sobreviviendo con muchos altibajos hasta nuestros días. El slogan de la tienda era: “De Sonora a Yucatán, se usan sombrero Tardan” debido a que en su momento de mayor éxito (durante el Porfiriato) la tienda tuvo diez sucursales en el país.

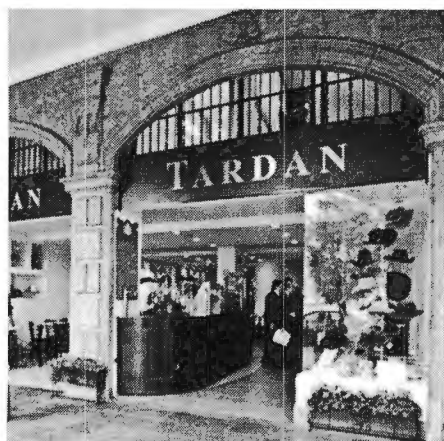


Imagen 12. Local de Sombreros Tardan en los portales de la Plaza de la Constitución de la Ciudad de México. sitio que ha ocupado desde su fundación.

Se trataba de una posición ambigua entre conciencia religiosa y convicciones políticas la que caracterizaba a una buena parte de la burguesía comercial y manufacturera de las ciudades, a la cual pertenecían muchos de los hombres de negocios extranjeros que habían llegado a México atraídos por las fortunas logradas por algunos de sus predecesores y que a su vez aprovecharon los cambios políticos que se presentaban en el joven país.⁴⁸ Como lo señala Francisco López Cámara, fue la burguesía, tanto nacional como de origen extranjero, la que estuvo lista para fomentar a las fuerzas políticas que convinieran a sus intereses comerciales aun si ello suponía pasar por encima de los de Iglesia:

La libertad de comercio que preconizaba el partido liberal le era desde luego favorable [al grupo de los comerciantes]. En cuanto al clero, los comerciantes extranjeros habían deseado siempre la confiscación de sus bienes, considerando que podrían comprarlos después al gobierno a precios ínfimos. Es lo que ocurrió cuando se aplicaron las leyes de desamortización y nacionalización de los bienes eclesiásticos,

⁴⁸ Como en otros puntos de esta investigación señalamos, la percepción de estas contradicciones no ha sido necesariamente de análisis necesariamente recientes; ya desde el momento mismo de la instauración de la burguesía como clase dominante en el siglo XIX, diversos pensadores pusieron atención en dichos fenómenos; fue el caso de Mijail Bakunin quien señaló en Dios y El Estado que “La revolución de julio tuvo por consecuencia el ennoblecimiento de sus gustos [de la burguesía]. Se sabe que todo burgués de Francia lleva en sí el tipo imperecedero del burgués gentilhomme, que no deja nunca de aparecer tan pronto como adquiere un poco de riqueza y de poder. En 1830 la rica burguesía había remplazado definitivamente a la antigua nobleza en el poder. Tendió naturalmente a fundar una nueva aristocracia: aristocracia del capital, sin duda, ante todo, pero también aristocracia de inteligencia, de buenas maneras y de sentimientos delicados. La burguesía comenzó a sentirse religiosa.” (Bakunin, 2008, p. 79)

durante los gobiernos de Comonfort y Juárez, en 1856 y 1861 respectivamente. Los negociantes extranjeros fueron entonces los principales compradores de los bienes puestos en venta. (López, 1967, p. 212)

Habría que decir que no todas las influencias ideológicas extranjeras estuvieron necesariamente en consonancia con el éxito de los grandes capitales; de hecho, tras el fracaso de la Revolución de 1848 en Francia, una buena cantidad de activistas de ese país se refugió en México, ejerciendo un peso intelectual importante en la politización de algunos círculos campesinos y obreros, quienes por esta vía comenzaron a leer a autores como Fourier, Proudhon, Owen y Saint-Simon; sus ideas tuvieron buena acogida entre los trabajadores de las nacientes industrias pues solían ser sometidos a jornadas de quince horas de trabajo a cambio de salarios miserables.⁴⁹

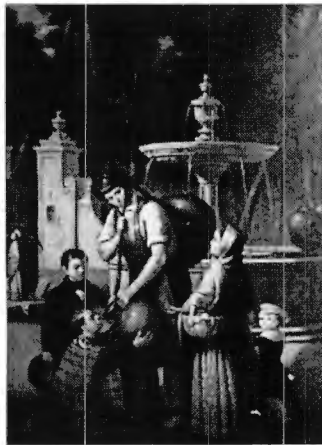


Imagen 13. Aguador o *Tortugo* de la Alameda. Miguel Mata. 1854.

Como se puede observar, las formas del esparcimiento de la sociedad mexicana urbana registraban diversas prácticas en las que el consumo y la compra eran sólo un aspecto más de la realidad experimentada por las familias en un domingo de paseo; por

⁴⁹ Fue hasta 1869 cuando en Zacatecas se creó la primera sociedad de trabajadores mineros, la cual erigió objetivos bien definidos como la elevación intelectual y moral de sus agremiados, la solidaridad obrera y la lucha por salarios justos. (López, 1967, p. 223)

ello, la noción de un paseo de fin de semana incluía de una forma solamente tangencial el acto de compra de sencillas mercaderías como referente del poder simbólico. De hecho esta había sido la norma que había regido hasta entonces buena parte del significado del tiempo libre; no obstante, el creciente ingreso de México en el escenario mundial y por ende, el contacto de la población con las novedades mercantiles del capitalismo en ciernes (que eran acompañadas con una cada vez más atractiva publicidad), marcaría el ascenso de nuevas manifestaciones de la cultura aspiracional propia de las clases medias aburguesadas (aun cuando este grupo social no fuera precisamente el más numeroso), así como nuevas formas de comercializar las mercancías y servicios por los que ahora clamarían en sus días de paseo.

Asistíamos entonces a las primicias de un nuevo régimen de producción y distribución que apuntaría a mercados de mayor alcance y que mostraba la llegada de bienes de consumo de origen industrial, así como nuevos sistemas de transporte y de comunicación. Podemos identificar aquí un derroche de actitudes correspondientes con la personalidad reificada propia del individuo como consumidor, no obstante, la importancia simbólica de la mercancía producida en un contexto de capitalismo industrial masificado era apenas primigenia. Lo que sí podemos afirmar con certeza es que los comportamientos de los individuos en lugares públicos como los parques y alamedas, contienen los prolegómenos sociohistóricos que nos irán llevando hacia una realidad en la que la conciencia reificada se asentará como la impronta de la sociedad de consumo mexicana de nuestros días y en la que una buena idea de ello son los pasajes comerciales y las tiendas de novedades.



Imagen 14. Entrada a la Alameda, por el Paseo de San Francisco, fines del siglo XIX.

III. Pasajes comerciales y tiendas de novedades

Como se sabe, el régimen de Porfirio Díaz apuntó hacia Europa y hacia los Estados Unidos para diseñar su imaginario acerca de lo que convenía para la felicidad de un pueblo. El ansia por el derroche de progreso contagió también a buena parte de la población, particularmente aquella que ya ocupaba una posición de privilegio. Sobra decir que las mayorías empobrecidas no tenían esperanzas de abandonar su lucha diaria contra el hambre y la marginación; pero los gobiernos, empresarios y habitantes privilegiados de las grandes ciudades mexicanas, en particular de la capital del país, poco tiempo tenían para comprender lo que para ellos eran nimiedades; el objetivo y la ensoñación estaban en otro punto del horizonte:

El régimen porfiriano no sólo cumplía un viejo ideal de modernización sino que requería de una imagen válida para mostrar urbe et orbe que el progreso había llegado a México... La ciudad no cabía en sí misma. El eficiente sistema de tranvía eléctrico iniciaba la conurbación, el derramamiento de la

ciudad sobre el valle, proceso en que iría engulléndose a las poblaciones circunvecinas.

Significativamente, los grandes edificios públicos se localizaron en esa zona del rompimiento de la ciudad antigua hacia el occidente; sus constructores serían en su mayor parte arquitectos extranjeros.

(Fondo Cultural Banamex, 1993, p. 34)

En efecto, el discurso dominante glorificaba las conquistas tecnológicas, culturales y políticas de occidente, muy en coincidencia con las nociones torales del positivismo como pauta del progreso, sólo que en México se trataba de un progreso *sui géneris* matizado por peculiares atavismos:

Los artistas modernos del paso del siglo [del XIX al XX] se sienten ligados sentimentalmente a la ciudad evocadora, en un sentimiento que tiene algo de último coletazo romántico... No se trata ya ahora de la admiración del viajero o del registro de lo propio, sino de una consciente incorporación de aquel pasado glorioso en la concepción que el mexicano moderno tiene de sí mismo. (Fondo Cultural Banamex, 1993, p. 34)

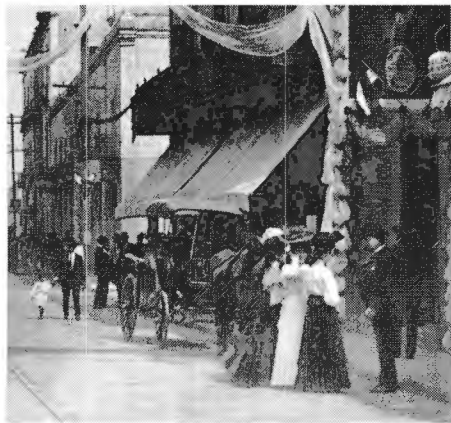


Imagen 15. Las Fábricas de Francia en Monterrey. principios del siglo XX.

Habrá que acotar la última expresión de esta cita, en el sentido de que quizás “la concepción que el mexicano tiene de sí mismo” nos refiere un modelo de las aspiraciones del régimen como proyección de los anhelos liberal-burgueses decimonónicos que existían

particularmente en las clases dirigentes y en dado caso, en las poblaciones de la élite nacional; de ahí, ocurriría una suerte de cascada en la que esos ideales se decantaban hacia diversas manifestaciones dependiendo del sector social de pertenencia de cada persona. Es decir, no podía existir el mismo tipo de recepción del proyecto modernizador mexicano si pensamos en cómo lo percibía, por ejemplo, José Yves Limantour, en comparación con una enfermera hija de una familia tradicional, un arriero, un indígena campesino o un vendedor de golosinas de la alameda.⁵⁰



Imagen 16. Las calles del centro histórico de la Ciudad de México. Una estampa típica durante el Porfiriato.

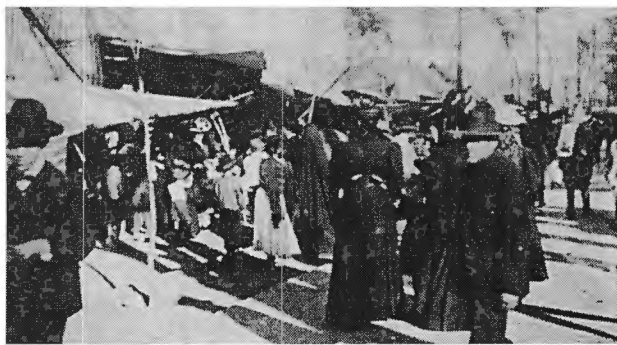


Imagen 17. Compras de Navidad en la Alameda. Fines del siglo XIX.

En el plano específico del comercio, la permanencia de una estructura social de profundas desigualdades así como de una actividad de intercambios tradicionales que

⁵⁰ José Yves Limantour (1854-1935), fue secretario de Hacienda y Crédito Público en los últimos 17 años del gobierno de Porfirio Díaz. Es también señalado como principal miembro de “los científicos”, grupo de políticos del régimen que eran identificados por sus ideas de avanzada en materia de finanzas, economía y política. Un término semejante en la política actual sería “los tecnócratas”.

sostenían la supervivencia de los sectores populares tanto en el campo como en las ciudades, permitiría que los mercados y parianes continuaran siendo el principal polo de atracción para la provisión cotidiana de los enseres, alimentos y materias primas de las familias. No obstante, la pretensión progresista del porfiriato promovería que algunos espacios fueran reacondicionados para que estuvieran a tono con la tendencia; así ocurrió por ejemplo, con el *Mercado La Victoria* de la ciudad de Puebla, ya que se aprovechó el mismo punto de comercio que desde la primera mitad del siglo XIX congregaba a los poblanos, para erigir una obra arquitectónica de rasgos monumentales y con interiores de estilo europeo en los que destacaba el uso de hierro y ventanales. Otro ejemplo de la pretensión monumental porfiriana en este tipo de espacios de comercio, fue el *Mercado Hidalgo* de la ciudad de Guanajuato, el cual fue inaugurado por Porfirio Díaz en 1910 como parte de las fiestas de conmemoración del centenario de la Independencia. Se dice que originalmente fue pensado como una estación de ferrocarril.



Imagen 18. La tienda de ceras y parafinas “El Faro”, era uno de los comercios de los alrededores del mercado La Victoria de Puebla que mantuvieron una lógica tradicional de comercio. Aun en nuestros días ese antiguo local continúa en operación luciendo su fachada original.

Un dato peculiar de las intenciones modernizadoras de estos mercados fue que los novedosos locales fueron en poco tiempo “acoplados” por los locatarios a la manera como ellos habían llevado a cabo sus actividades, por ello, fue una estampa común que las enormes estructuras metálicas protegieran a un multicolor desconcierto de compradores y

vendedores ataviados con el atuendo propio de las clases más populares del espectro social de aquellos años.



Imagen 19. Mercado Hidalgo en la ciudad de Guanajuato.

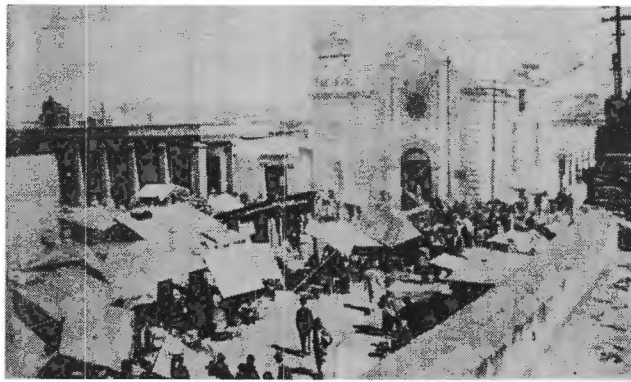


Imagen 20. Pese al apego al “progreso” del régimen de Díaz, permanecerían como una realidad perenne los espacios tradicionales de comercio. En la imagen, la plaza de la Candelaria de los Patos en la Ciudad de México.

Mientras esto ocurría en México, en Europa se consolidaba un tipo de espacio peculiar por haber sido concebido para la exposición de mercancías ante la mirada del paseante urbano: el pasaje comercial. Esta suerte de galería, que tuvo su mayor auge en Francia durante el siglo XIX, fue concebido para conectar dos o más calles en cuyo recorrido el transeúnte pudiera observar en forma continua, locales, aparadores, escaparates y vitrinas, del tal modo que se fuera convirtiendo en un observante compulsivo, en un ser cuya subjetividad estuviera definida más que desde el sentido del tacto, desde el sentido de la vista, satisfecho por la gratuidad de admirar mercancías vueltas objetos del deseo. También se disponía que el pasaje estuviera cubierto por una estructura de vidrio y metal

que protegiera a las personas de las inclemencias del tiempo; lógica arquitectónica e ingenieril que se vería reflejada, tanto en objetos pequeños como pajareras y terrarios, como en las enormes estructuras de las exposiciones universales.⁵¹ Las grandes ciudades europeas pronto se verían inmersas en esta moda de tal manera que al interior de sus pasajes comerciales también habría espacios como restaurantes, cafés y salas de lectura.



Imagen 20a. Terrario. fines del siglo XIX.

⁵¹ Los terrarios, o cajas wardianas, eran pequeños viveros con las que las clases altas transportaban plantas y flores en sus viajes a lugares de climas distintos. En lo que se refiere a las exposiciones universales, de tales dimensiones fue el Palacio de Cristal que alojó la exposición de Londres de 1851, que en su interior había palmeras y árboles enteros, enormes estatuas y fuentes ornamentales. Mayores serían las ferias de París de 1878, 1889 y 1900, que dejaron testimonios arquitectónicos como el Palais du Trocadero, la Torre Eiffel y el Grand Palais. Susan Buck-Morss señala que las ferias internacionales fueron consideradas “obras de arte totales” debido a que “su naturaleza fantasmagórica, era una combinación de maquinaria tecnológica y galería de arte, cañones militares y moda, negocio y placer, sintetizados en una fascinante experiencia visual... [pero al mismo tiempo] las multitudes fueron condicionadas con el principio de la publicidad: ‘Mire, pero no toque’”. (Buck-Morss, 1995, p. 102)



Imagen 21. A diferencia de los pasajes europeos, los parianes mexicanos se especializaban en la venta de artesanías y otras manufacturas. En particular, el parían de la ciudad de Puebla funcionó también como destino para los cargamentos de diversas mercaderías llegadas de Oaxaca, Guerrero, Veracruz y de la capital del país; para fines del siglo XIX, con el establecimiento en la ciudad de otros puntos importantes de venta y con el incremento de las redes ferroviarias, el lugar se convirtió en locación de pulquerías, puestos de comida y locales de baratijas.

El establecimiento de los pasajes habla del avance de la vida burguesa no sólo por el sentido que tenían semejantes espacios, sino también por las manifestaciones de la economía y de la cultura expresadas por ellos. En este sentido, “Los acogedores pasajes fueron la primera arquitectura moderna para el público. Pero fueron también las primeras casas de ensoñación de los consumidores, construidas al servicio de la adoración de la mercancía” (Buck-Morss, 1995, p. 165). En efecto, estos comercios ilustraban la consolidación de los negocios modernos, y lo hacían estableciéndose en los espacios antes controlados por las clases tradicionales y aristocráticas que ahora estaban siendo adquiridos por los nuevos ricos quienes, desde luego, tenían urgencia de expresar que sus usos y costumbres eran muy distintos que los del populacho, como podemos corroborar en la siguiente cita:

El espacio urbano donde todo esto se hacía patente y se extendía a un público amplio, a otras capas sociales, era el paseo, entendido como forma de sociabilidad y ocio urbanos. Todos los signos de

estatus social –caballos, coche, cocheros- y los del atuendo masculino y femenino se asociaban. El paseo era una ocasión para exhibir el atuendo, el vestido, el ornato. El placer de lucirse y gastar. Esta ceremonia podría explicar en parte la existencia de los pasajes comerciales. (Del Moral, 2012)

Ello ocurría en un contexto en el que las ciudades atraían en forma progresiva las actividades financieras y comerciales con lo que también los clientes de este tipo de negocios iban centrando su atención en los espacios de venta de novedades y otras mercancías de los alrededores; se trata en suma, de la normalización de contenidos simbólicos caracterizados por un creciente apego al consumismo burgués, a una figura de estetización en ascenso que estaba marcada por el signo de la mercancía, el cual no se limita a la materialidad del objeto sino que en conjunción con el espacio donde se comercializa, difunde una ensoñación, una religiosidad secular. Como nos dice Susan Buck-Morss:

Los pasajes fueron “el templo original del capitalismo de las mercancías”... Construidos en forma de cruz, como una iglesia (de manera pragmática para con las cuatro calles circundantes) estos pasajes, propiedad privada pero senderos públicos, exhibían las mercancías en vitrinas y aparadores como si fueran iconos en sus nichos. Las profanas casas de placer allí alojadas tentaban a los paseantes con perfecciones gastronómicas, bebidas intoxicantes, riqueza sin esfuerzo en la rueda de la ruleta, alegría en los teatros de vaudeville y, en las galerías del primer piso, transportes de placer sexual vendidos por una hueste celestial de damas de la noche, vestidas a la última moda. (Buck-Morss, 1995, p. 99)



Imagen 22. Imagen actual del Passage Viallet 5, en París. Adolphe Richaud estableció en esta vía, a principios del siglo XX, una casa de compras para atender la demanda de artículos de lujo de las clases acomodadas mexicanas.

Habrá que decir, no obstante, que la experiencia de las ciudades mexicanas no fue por completo equivalente con lo ocurrido en urbes de Europa;⁵² como habíamos sugerido, el proceso observado en México correspondió con la situación de subdesarrollo y desequilibrio con la que el capitalismo comercial iba implementándose; eso es lo que explica que mientras en París a fines del siglo XIX había alrededor de 25 pasajes comerciales, en las ciudades mexicanas eran muy escasos, siendo uno de esos pocos ejemplos el Pasaje comercial El Parián, establecido en el año 1883 en calles de la que después sería la Colonia Roma de la Ciudad de México.

⁵² Aunque en Europa el establecimiento de los pasajes no estuvo exento de contradicciones, no sólo en su disposición como idea mercantil, sino también en la determinación de su estética visual. Susan Buck-Morss apunta que “El estilo arquitectónico de los Pasajes de París era un emblema de las tendencias conflictivas entre la ingeniería y el arte. Requería las destrezas de ambos campos y sin embargo ninguna de las Ecoles los reconocía como objeto digno de instrucción. Por un lado, los techos de cristal que fueron su rasgo distintivo resultaban construcciones tecnológicamente avanzadas; por otro, las ‘paredes’ interiores de las galerías eran ejemplos de las fachadas ornamentales, repletas de columnas neoclásicas, arcos y frontones que constituían el epítome del ‘buen gusto’ arquitectónico”. (Buck-Morss, 1995, p. 146)



Imagen 23. Pasaje comercial El Parián, Colonia Roma. Ciudad de México.

La posición económica periférica como explicación de esta tendencia puede corroborarse con el establecimiento desigual de los pasajes en Europa; así, en el Madrid decimonónico, aun cuando se expandían la mancha urbana y la cantidad de habitantes de clase media, la demanda de artículos suntuarios no fue suficiente como para que los pasajes se establecieran como una moda arquitectónica y comercial como ocurrió en París, Londres o Milán. (Del Moral, 2012)

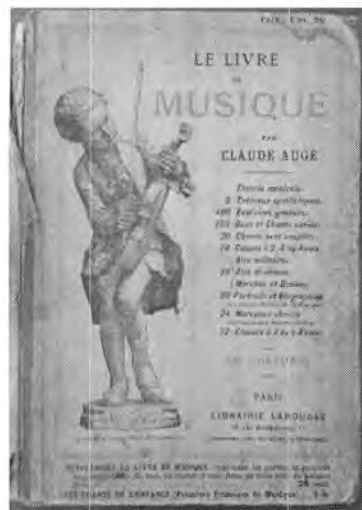


Imagen 24. Los libros de música para niños se vendían en las librerías y salas de lectura de los pasajes comerciales de Europa y en las tiendas de novedades de México.

Si bien tenemos así, que en el México del siglo XIX y principios del XX los pasajes comerciales no fueron la norma para la exposición de los artículos de lujo, esta función fue cubierta por las tiendas de novedades, es decir, aquellas especializadas en manufacturas específicas o en importaciones llegadas de Europa y los Estados Unidos; estas tiendas normalmente estaban situadas en el primer plano de las ciudades. A diferencia de esta tendencia, para mediados del siglo XIX, las grandes tiendas de almacenes (galerías comerciales) ya eran una realidad muy generalizada en la capital francesa, como La Maison du Bon Marché, fundada en 1838 y en otras ciudades como Milán (la Galleria Vittorio Emmanuelle, 1865), Berlín (la Kaisergalerie, 1871) y Moscú (almacén GUM, 1888).⁵³

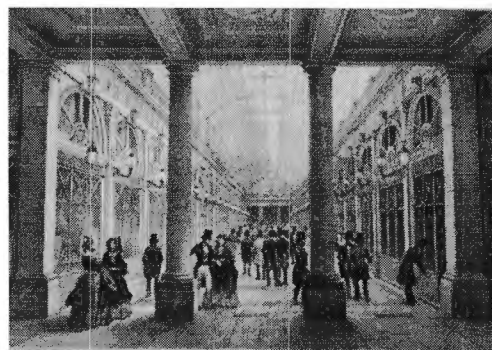


Imagen 25. La Galerie d'Orléans au Palais-Royal en Paris, erigida en 1784, es el antecedente directo de las galerías comerciales europeas del siglo XIX.

Esto no ocurrió con semejante dinamismo en ciudades como Madrid y mucho menos en las ciudades de México, aun cuando hacia 1878 fue fundada en la capital del país

⁵³ En *El Paraíso de las Damas* de 1883, Émile Zola se refiere a La Maison du Bon Marché como "Una catedral del comercio, para un poblado de clientes". Este sitio de comercio contaba con 50 mil metros cuadrados de planta, los cuales eran aprovechados para la celebración de conciertos, obras de teatro, fiestas y bailes; igualmente, se hacían recorridos guiados y se impartían clases de confección y esgrima. Para lo años 70 de ese siglo recibiría la competencia de otros sitios como el Louvre y el Bazar de l'Hotel de Ville.

la tienda de telas y novedades Las Fábricas de Francia, que llegaría a ser una de las cadenas de venta de estas mercaderías más importantes en el occidente de México. Los mercados y parianes, por su parte, tendrían en esta provisión un papel marginal, ya que se enfocaban en la venta de enseres de uso común. Así, para fines del siglo XIX y principios del XX, las tiendas de mayor prestigio en el país eran: El Palacio de Hierro, Al Puerto de Liverpool, Las Fábricas Universales, El Centro Mercantil y La Francia Marítima. (Gamboa, 2004)

Las Fábricas de Francia, como otros exitosos negocios de familias de ese país en el México del siglo XIX, fueron fundados por emigrantes de regiones como la de Barcelonnette en los Bajos Alpes franceses; ellos buscaban suerte con la creciente demanda de nuestro país y de tal manera lo consiguieron que “Para 1890, 110 casas de comercio pertenecían ya a los barcelonnettes; las ganancias de muchas de ellas ascendían a varios millones por año y poseían un capital enorme”. (Proal y Charpenel, 1998, p. 26)



Imagen 26. Anuncio publicitario de Las Fábricas de Francia en Puebla, en una agenda familiar de 1902.

Como resulta evidente, el tránsito histórico por los pormenores de la sociedad reificada no se limita materialmente a los obras arquitectónicas sino se completa con la

naturaleza de los productos ofrecidos a los clientes: trajes, sombreros, bonetería, vestidos, relojes, bisutería, joyas, pipas, juguetes finos, muebles, perfumes, porcelanas, libros de música y revistas de moda eran los artilugios aspiracionales de la población urbana; en particular, estas últimas, las revistas, no sólo eran artículos con los que su comprador (particularmente, mujeres) mostraban su adscripción al público de vanguardia en lo que a buen gusto se refería; eran también idealizados vehículos de adiestramiento para las familias colocadas en el radio de influencia de la mentalidad burguesa, porque contenían gran cantidad de anuncios publicitarios de las tiendas y negocios de mayor prestigio.



Imagen 27. Publicidad durante el Porfiriato.

En particular, y como es sabido, la influencia francesa caló hondo en la dirección del gusto arquitectónico promovido por el régimen; lo cual también tuvo ascendiente en lo que se refiere al gusto y las normas estéticas de las familias de las ciudades mexicanas; en el caso de la moda, casi toda la industria de artículos estaba dominada por hombres de negocios franceses a través de sus numerosos almacenes, a los cuales se

sumaban diversas ramas económicas que también eran propiedad de individuos de aquel país;⁵⁴ así, estos comerciantes

...propiciaron la innovación del consumo de las clases medias y altas, incidiendo por esa vía en sus géneros de vida [esto se debe a] ...la fortaleza, adecuación, y en no pocos casos la permanencia de sus empresas, como por factores ajenos que les dieron ventajas, relacionados con determinadas políticas de los gobiernos de Francia y México, con la difusión del liberalismo, con la aparición y propagación de la belle époque, con el consecuente simbolismo francés y el mimetismo de las élites urbanas (su influencia en la sociedad) ... debe apreciarse más bien de modo cualitativo que cuantitativo; es decir, no por su gravitación económica sino cultural, al hacer posible un abanico más amplio del consumo urbano. Precisa además tener en cuenta que algunos de esos establecimientos tuvieron una larga vida, y no pocos fueron en su tipo de los más importantes. (Gamboa, 2004, p. 164)

Una de las formas como estas tiendas colaboraron en este proceso fue que igualmente expedían diversos géneros de revistas que fomentaban simbólicamente la presencia de lo extranjero como algo deseable. Las páginas de las revistas de moda, por ejemplo, mostraban láminas de mujeres y niños caucásicos en idílicas escenas cotidianas y ataviados con lo más egregio de la moda del momento; con ello resultaba evidente la decantación del gusto urbano por los atuendos y por el estilo de vida europeo cuando estas revistas eran adquiridas por las clases medias y altas mexicanas, pues así como en París estas publicaciones eran vendidas en los pasajes comerciales, en México las expedían tanto estas tiendas como otras situadas en las calles céntricas de las principales

⁵⁴ Entre los negocios propiedad de franceses en la ciudad de Puebla encontramos sombrererías, restaurantes con hotel y otros negocios anexos, establecimientos de bebidas, camiserías, sastrerías, boticas y droguerías, mercerías, librerías y papelerías, joyerías, tiendas de pieles y perfumerías. (Gamboa, 2004)

ciudades. Percibir estos comportamientos nos permite coincidir en que en Europa y otros litorales:

Este tipo de prensa periódica iba modelando el gusto y creando una normativa, un nuevo protocolo social. Se iba extendiendo el deseo de cuidar el aspecto exterior, de estar a la moda en capas sociales nuevas, situadas en las ciudades, principalmente en las grandes capitales. Se creaba poco a poco el espíritu de consumo entre gentes que accedían a nuevas formas de vida y comportamiento urbanos. El gusto por la apariencia, por el cuidado personal y la buena presencia empezaba a ser de *buen tono*... Las mujeres eran la pieza fundamental de todo este montaje, pero los hombres eran copartícipes y colaboradores. El traje era el lenguaje de una clase social y los hombres no podían permanecer indiferentes a ello. Tanto más cuanto ese lenguaje desvelaba claves y marcaba rupturas con el mundo anterior. La moda era un asunto moderno, definía al caballero y a la dama burgueses, los diferenciaba tanto de la vieja aristocracia como de las capas populares y era una nueva pauta de comportamiento social. (Del Moral, 2012)



Imagen 28. Láminas de la revista francesa *La mode Parisienne*. Ca. 1880.

Pasajes y tiendas de novedades nos muestran un irrefrenable apego a un mundo sofisticado, a una pretensión por la diferenciación que, de modo paradójico, imbuye al individuo en lo que Walter Benjamin denominaba “siempre lo mismo”, aun cuando el objeto del deseo representado por el artículo de lujo mostrara una evidente novedad y

llegara en el último barco proveniente de la meca de la moda europea, estos sitios de comercio “se dirigían a un sector de la población urbana que tenía capacidad para adquirir lo que se exhibía en las vitrinas acristaladas y gusto por entretener su tiempo libre en el acto de pasear y codiciar, en un acto inconsciente, lo que de manera tan atractiva se desplegaba ante sus ojos” (Del Moral, 2012). Así era; el lujo pretendido por las clases acomodadas de las grandes ciudades mexicanas era equivalente al esfuerzo que ponían en conseguirlo, por ello

Esos negocios, todos juntos, contribuyeron a que los sectores más privilegiados de la sociedad innovaran y ampliaran sus patrones de consumo; que se vistieran “a la última moda”, que amueblaran y decoraran sus casas al estilo “europeo” o “francés”, que se aficionaran a la cocina francesa, que cuidaran con métodos novedosos su cuerpo y su salud, que elevaran sus niveles de información y sus hábitos de lectura, y que tuvieran nuevos y más espacios de sociabilidad. [Estos clientes] no estaban evidentemente en los pequeños poblados, sino en las aglomeraciones urbanas de medio y gran tamaño: ahí donde vivían viejas y nuevas familias de la burguesía y donde se formaba una pequeña burguesía: ahí donde las capas altas se afanaban en imitar o adoptar nuevos “patrones occidentales de consumo” - sobre todo francés-, y donde las capas medias anhelaban seguir los pasos de aquéllas. (Gamboa, 2004, p. 166)

Ello iba también en lo que se refiere al ámbito de la estética privada. Los interiores de las casas de la alta burguesía mexicana del siglo XIX nos hablan de que igualmente las pautas imitativas de los comportamientos occidentales tenían cabida como si se tratara de montajes que exponían los artilugios y los anhelos de las familias que los ocupaban. Como señala Susan Buck-Morss, “en el siglo XIX, el interior de los ambientes burgueses se mostraba como ‘una especie de estuche’ en la que el individuo burgués como ‘coleccionista’ de objetos se encerraba ‘con todas sus pertenencias’ y conservaba sus

huellas como la naturaleza conserva la fauna muerta fundida en el granito” (Buck-Morss, 1995, p. 83).

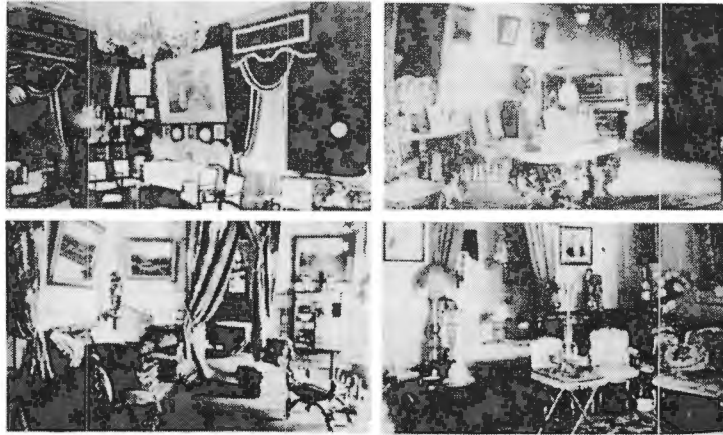


Imagen 29. Interiores burgueses mexicanos. fines del siglo XIX.

La lógica de ostentación abierta se observa incluso en el tipo de mobiliario; el siglo XIX verá nacer la vitrina doméstica, la cual evidencia el creciente carácter visual de los objetos; exponerlos a la mirada de las visitas en la sala familiar suponía la adscripción a una estética y a una concepción moderna de lo privado; una suerte de transposición hacia el hogar del papel seductor que el escaparate cumplía en la galería y en la tienda de novedades.⁵⁵ La exposición de adornos y objetos suntuarios gana trascendencia simbólica en la concepción del uso del espacio; a esto se refiere Pablo Fernández Christlieb cuando señala que:

El siglo XIX es un siglo repleto de objetos y fascinado con ellos, inflado de orgullo por su progreso y riqueza, gracias a los cuales sus habitantes promedio pudieron poseer tantos adornitos como Luis XV, de manera que la línea cofre-cajón-cómoda hace una nueva evolución para dar paso a la vitrina, el mueble decimonónico por excelencia, lleno de repisitas para poner porquería y media, retratos, platitos, lo que sea, pero con vidrio para que se vean, cuya función es la ostentación de la satisfacción

⁵⁵ En Francia de fines del siglo XIX se había desarrollado a tal grado la exposición abierta de las mercancías, que el escaparatismo se convirtió ya desde ese momento en una profesión específica que casi lindaba con el arte.

de presumir que no queda un solo hueco que llenar, de que por fin se ha tapado el horror medieval del espacio vacío. (Fernández, 2003, p. 46)

En suma, se trata de objetos y espacios que exhibían fáctica y metafísicamente una síntesis de su esencia como procesos histórico-culturales al incorporarse en imaginarios donde el reducto del estatus se define no sólo desde la actitud y el consumo del individuo privilegiado sino también a partir de la existencia de “los otros”, es decir, de aquellos que en esa sociedad de exclusiones, ocupaban otros sitios en la estima pública como ocurría con las personas en situación de pobreza, los llamados “léperos”; estos representaban las antípodas de la decencia debido a su despreciable personalidad y a su casi absoluta desposesión; desde la época colonial, las calles de las ciudades mexicanas habían sido hogar de mendigos, desocupados y vagabundos que evidenciaban, entre otras dolencias sociales, el grave déficit de puestos de trabajo. Al respecto, López nos cuenta:

Dispersos por las calles de las ciudades, estos “léperos” llegaron a ser... un gigantesco lumpenproletariado que atrajo siempre la atención de los viajeros y de los observadores extranjeros. Constituían, por así decir, el subsuelo tenebroso de la sociedad urbana mexicana. Y fueron, durante casi todo el siglo XIX, una de las mayores plagas sociales del país... Los había por todas partes, y sólo en la ciudad de México la cuarta parte de la población estaba constituida por léperos de toda calaña... Ociosos, indigentes, desgraciados y sin porvenir visible, los léperos parecían reunir todos los vicios y defectos de la sociedad, todas las formas de la patología social: eran mendigos, ladrones, jugadores, bebedores, aunque no les faltaran también ciertas pequeñas virtudes. Pero, sobre todo, eran contradictorios, oscilantes, extrañas mezclas de reacciones opuestas, como si en ellos se reflejara la confusión moral de una sociedad que se disolvía con violencia y sosegadamente a la vez. (López, 1967, p. 227 y 228)⁵⁶

⁵⁶ Foucault señala que la burguesía decimonónica determinó discursivamente la existencia de esta plebe no proletarizada como el límite negativo de una moral universal, como la personificación de la marginalidad y el peligro, para ello creó toda una figuración literaria, periodística, sociológica, antropológica, médica, etc. Una

Paradójicamente concatenado en la vida diaria con estas circunstancias, el clima de concentración de la influencia francesa en las ciudades mexicanas de tamaño considerable estuvo determinado en aquellos días por la presencia de los negocios y artículos comerciados, por los usos y costumbres de la vida privada y por la publicidad que acompañaba las primicias mercantiles. Fue de ese modo que los desplegados de las tiendas de novedades ocuparon gran parte de los espacios publicitarios disponibles en agendas, revistas, almanaques, paredes, arbotantes y, en menor medida, periódicos. El estilo dominante para estos anuncios fue el de promocionar los productos, las tiendas o ambos, con fotos a menudo acompañadas de textos modernistas o art nouveau en los que había un interesante derroche de adjetivos que, en general, afirmaban que las personas finas, decentes o de buen gusto, adquirirían sus artículos y visitaban cotidianamente sus tiendas, como puede leerse en un anuncio de aquella época de la tienda de almacenes Sorpresa y Primavera:

En estos vastos almacenes que ocupan los elegantes edificios de tres pisos, se encuentra un completo surtido de telas de seda, lana, lino, cotonadas, juegos de mesa, artículos de perfumería, ajuáres, alfombras, artículos de iglesia y todo lo concerniente al ramo de ropa en grandes cantidades de la más alta novedad.

Por su situación en una calle de moda como lo es la de PLATEROS, se encuentra concurrido por lo mejor de la sociedad mexicana siendo sus aparadores algo como una exposición permanente de finísimas telas y objetos de lujo que cautivan la atención de los transeúntes, y en los que puede decirse está lo más granado de la población.

ideología que sirvió como barrera para separar a la chusma no sólo de sí misma como burguesía sino también del propio proletariado. (Foucault, 2001, p. 51)

Nos complace recomendar á nuestros lectores este importantísimo establecimiento cuyos almacenes sin vacilación alguna podemos decir que son de lo primero en México. (Agenda familiar, 1902)

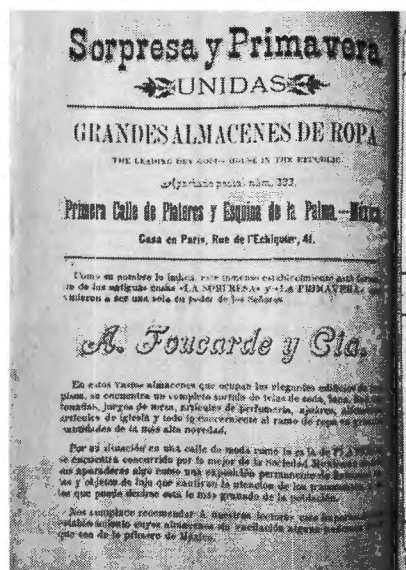


Imagen 30. Anuncio publicitario, 1902.

Como cuenta Leticia Gamboa, la publicidad de los almacenes de novedades y ropa de marca

...se prestaba más para hablar de lujo, distinción, novedad o última moda. La sastrería Dubernard decía, por ejemplo, que su “gran surtido de géneros escogidos” le permitía hacer trajes “con toda elegancia”. La tienda La Ciudad de México recomendaba al público abstenerse “de imitaciones deficientes y vulgares”, garantizando vestir a sus clientes de modo “elegante y con arreglo siempre a la última moda”. Decía que se especializaba “en trajes de gran lujo” y añadía: “Nosotros no somos los únicos que vestimos, pero sí los únicos que poseemos el secreto del corte elegante”. La joyería del Gran Bazar Parisiense señalaba, por su parte, que tenía “la más agradable y variada existencia de artículos de lujo y del más exquisito gusto”. Y el Hotel Reynaud afirmaba estar “elegantemente amueblado”, y tener un “restaurant perfectamente atendido”. (Gamboa, 2004, 171)

También era común que la publicidad de estos negocios enfatizara el origen extranjero de buena parte de sus productos, y cuando se trataba de artículos elaborados en México, la tendencia era señalar que los encargados de su manufactura eran expertos traídos de Europa o educados en las artes de su oficio en academias y escuelas de renombre internacional. Podemos señalar entonces, para acentuar la idea de que la influencia de estos productos y negociaciones fue una realidad, que la reiteración de ese discurso publicitario nos habla de que los comerciantes y sus asesores eran conscientes de las tendencias de consumo dominantes en las clases acomodadas, así como del sentido común que caracterizaba su noción de una vida cómoda y digna de reconocimiento social. Con ello, las familias de estos sectores fueron caminando, relativamente, por la senda que la cultura occidental tendía desde las grandes potencias del momento, lo cual calzaba muy claramente con la promoción de ello por parte de las élites del poder económico y político, así

Los tipos de consumo que de modo principal fomentaron los establecimientos de comerciantes franceses coadyuvaron, sin duda, a urbanizar la cultura de las capas medias y altas de las principales ciudades mexicanas. Alentando directamente el consumo suntuario, y a menudo vistiendo de suntuarios los consumos necesarios, esos comercios influyeron en la innovación de la cultura de nuestras urbes, en un sentido de modernización. No fueron desde luego los únicos impulsores de ésta, ni los únicos ingredientes de la cultura urbana, pero sí agentes que intervinieron para modelarla bajo un nuevo patrón, más amplio y dinámico, de la occidentalización. (Gamboa, 2004, p. 177)

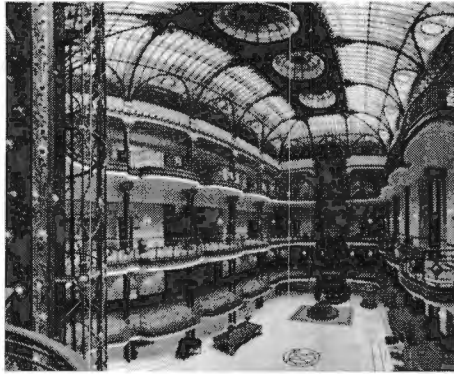
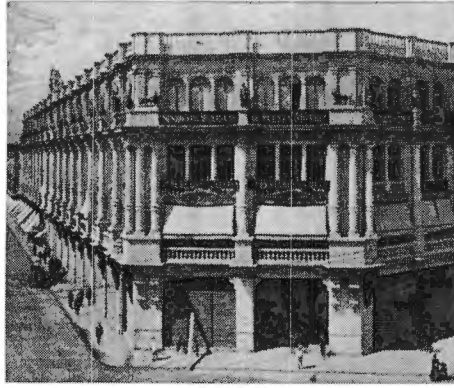


Imagen 31. Sede actual del Gran Hotel de la Ciudad de México, el Centro Mercantil fue reconocido en los primeros años del siglo XX como el edificio de tiendas de departamento y despachos más lujoso de América Latina. Su vestíbulo rivalizaba con las dimensiones monumentales de la nave de una catedral o de un gran museo.

Se trataba de una más clara articulación entre esparcimiento y consumismo, de modo que la procesión familiar hacia el pasaje o la tienda de novedades se definía progresivamente como la ruta propia del bienestar material y anímico, aun cuando ello supusiera comprar poco o sólo observar. Los pasajes y las tiendas de novedades objetivaban un apremiante deseo de consumo de capas poblacionales que hasta hacía poco no habían tenido oportunidad de semejantes satisfacciones. De tal magnitud era la efervescencia, que no pasó desapercibida para diversos escritores de fines del XIX quienes dieron fe de ello en sus novelas, en las cuales el protagonismo era sobre todo de mujeres afectadas de una incontrolable pulsión por las compras suntuarias.



Imagen 32. La riqueza acumulada por los dueños de las tiendas de novedades en México, puede observarse en el Château des Magnans, construido entre 1903 y 1914 por Luis Fortoul (uno de los principales accionistas de Las Fábricas de Francia) en su tierra natal, Jausiers.

Para el caso europeo, buena referencia de esto la representan Gustav Flaubert con su *Madame Bovary*; Émile Zola con *El paraíso de las damas* y Benito Pérez Galdós con *Lo prohibido* o con *La de Bringas*. Aunque también los hombres serán ocasionales víctimas de estos padecimientos como Zola describe con extremo sarcasmo en su cuento *Una víctima de la publicidad*. A modo de ejemplo, que bien podría situarse en los linderos íntimos de una casa burguesa de la ciudad de México, Pérez Galdós narra en la mencionada *La de Bringas*:

...un día vio [Rosalía] en [la tienda] Sobrino Hermanos una manteleta... ¡Qué pieza, qué manzana de Eva! La pasión del coleccionista en presencia de un ejemplar raro, el entusiasmo del cazador a la vista de una brava y corpulenta res no nos da idea de esta formidable querencia del trapo en ciertas mujeres.

A Rosalía se le iban los ojos tras la soberbia prenda, cuando el amable dependiente del comercio enseñaba un surtido de ellas, amontonándolas sobre el mostrador como si fueran sacos vacíos. Preguntó con timidez el precio y no se atrevió a regatearla. La enormidad del coste la aterraba casi tanto como la seducía lo espléndido de la pieza (...) En su casa no pudo apartar de la imaginación todo aquel día y toda la noche la dichosa manteleta, y de tal modo arrebatava su sangre el ardor del deseo, que temió un ataquillo de erisipela si no lo saciaba. Volvió con Milagros a tiendas al día siguiente con ánimo de no entrar en la de Sobrino, donde la gran tentación estaba; pero el demonio arregló las cosas para que fueran, y he aquí que aparecen otra vez sobre el

mostrador las cajas blancas, aquellas arcas de satinado cartón, donde se archivan los sueños de las damas. (Pérez Galdós, 1987, p. 59 y 60)⁵⁷

Pero como afirmamos previamente, también los hombres eran víctimas de la tendencia, de manera que podemos hablar en forma genérica del individuo como comprador en estos espacios “en los que lo esencial era andar, observar, ver la gente, las casas, el bullicio urbano, las tiendas. El nuevo paseante urbano era, como decía Benjamin, *un flâneur*. Un observador de la vida que fluía a su alrededor. Parte de esa vida puede ser, para el comprador potencial, expresión de un deseo que la calle ofrece y tiende a materializarse tarde o temprano”. (Del Moral, 2012)



Imagen 33. Con motivo de la inauguración de los almacenes *La Ciudad de México* en Puebla, el diario *La República* reseñó el 13 de febrero de 1910 lo siguiente: “... todos los días aumenta la curiosidad del público que pasa por las aceras del suntuoso edificio y ve el movimiento de operarios y empleados que están arreglando los últimos detalles para la apertura, y en las familias hay grande alboroto por visitar este nuevo establecimiento, que será el primero y único en su clase en el Estado y acaso en toda la región Oriental; pero lo que más atrae la curiosidad, es que se sabe que allí se presentará lo más nuevo, elegante y de exquisito gusto que pueda inventar la Moda, pues es notorio que esta casa siempre ha presentado los mejores surtidos en los distintos artículos del ramo”.

En suma, los pasajes comerciales y las tiendas de novedades se presentan como templos a la mercancía como fetiche; son el culmen de una sociedad que transita por los

⁵⁷ Por la vía de un atractivo aforismo inspirado en la retórica de Walter Benjamin, Susan Buck-Morss señala que “La imagen publicitaria intenta ‘humanizar’ los productos para negar su carácter de mercancías, los consumidores continúan este intento cuando buscan cajas y envolturas para proporcionarles sentimentalmente ‘un hogar’”. (Buck-Morss, 1995, p. 207)

prolegómenos de la reificación. Los planos y ornamentos arquitectónicos parecen invitar a los clientes a experimentar individualmente las glorias del Antiguo Régimen aun cuando el mensaje ubicuo sea el de la modernidad, del progreso y de la ciudadanía como principios torales.⁵⁸

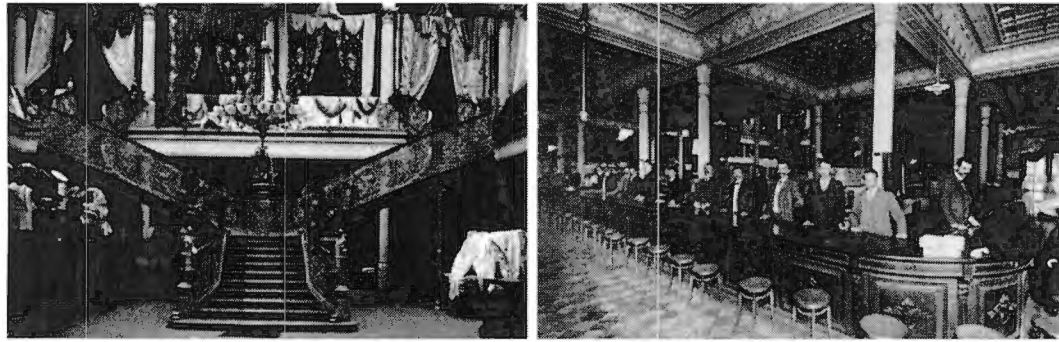


Imagen 34. Vestíbulo y empleados de Las Fábricas de Francia en Guadalajara, fines del siglo XIX.



Imagen 35. La última moda a fines del siglo XIX.

Al papel que en su momento tuvo la estirpe para la diferenciación social se ha sumado el del poder adquisitivo. La vorágine del capitalismo mercantil continúa abriéndose paso por todos los resquicios de la cotidianeidad de tal modo que el posible malestar no está en que el mundo sea ahora un tránsito desquiciado de manufacturas sino en que no se tenga el dinero para adquirirlas aun cuando no sean indispensables para la

⁵⁸ En una nota de 1873, Charles Blanc señala que el triunfo de la burguesía puede percibirse en el atuendo femenino pues "Se hizo todo lo posible por impedir que la mujer se sentara; se eliminó todo lo que dificultaba su caminar. Peinado y vestido se elaboraban como para ser vistos de costado. En realidad, el perfil es la silueta de una persona... que pasa, que se nos escapa." (Citado en Buck-Morss, 1995, p. 115)

supervivencia. La publicidad será la comparsa inseparable; los carteles e inserciones pagadas en revistas, almanaques, folletos y agendas, fungen como tarjetas de presentación del arquetipo de consumo, e incluso, la aparición del empaquetado, que comienza a acentuar una suerte de atracción esotérica por una mercancía que no es posible tocar ni ver si no es comprándola ya que de lo contrario sólo es posible imaginar.⁵⁹



Imagen 36. Iluminación de las calles de la Ciudad de México en vísperas de las celebraciones por el centenario de la Independencia.⁶⁰

Habrá que aclarar, no obstante, que todo ello es sólo un escalafón más en la generalización de la diada paseo-consumo como paradigma psicológico y social de la sociedad reificada. En efecto; el siglo XX verá apuntalarse formas aún más sofisticadas de comercialización, las cuales evidenciarán la, en apariencia, nunca satisfecha animosidad humana por el placer y la vanidad y la transformación a través del tiempo, de

⁵⁹ Susan Bock-Morss recupera algunas frases de Walter Benjamin que ilustran la convicción del alemán acerca del potencial hermenéutico de estos objetos y al mismo tiempo desestima el lugar en el que la industria editorial había caído en sus días: “Nada puede ser más contrastante que la sección inicial de Calle de dirección única, donde [Benjamin] rechaza ‘el pretencioso gesto universal del libro’ y denuncia la esterilidad de cualquier ‘actividad literaria (... que) tenga lugar dentro de un marco literario’, y en cambio alaba los ‘folletos, anuncios, carteles, y artículos de periódico’ porque sólo el ‘lenguaje ya dispuesto’ de estas formas ‘se revela capaz de efectividad inmediata’”. (Buck-Morss, 1995, p. 34)

⁶⁰ Susan Buck-Morss indica que “la electricidad, a través de una sobreabundancia de luz, produce múltiples cegueras, y tras un lapso de bombardeo de información produce locura (...) la iluminación ofuscaba la realidad, encandilaba a las masas en lugar de ayudarlas a ver más claro. La iluminación comercial convertía a las fachadas de las tiendas en escenas de cuentos de hadas”. (Buck-Morss, 1995, p. 337)

un consumidor que, no obstante, procura permanecer en su actuar de compra siempre en los linderos marcados por las tendencias de la novedad. Como lo indica Susan Buck-Morss, refiriéndose a los pasajes comerciales europeos:

En el siglo XX los pasajes originales habían fracasado financieramente porque sus pequeñas tiendas especializadas en bienes suntuarios ya no estaban en condiciones de competir con los grandes almacenes que vendían mercancías producidas masivamente, en un volumen capaz de compensar niveles menores de ganancia (...) En los moribundos pasajes, las primitivas mercancías industriales habían creado un paisaje antediluviano, un “ur-paisaje del consumo”, que testimoniaba el declive de una época económica, que el “sueño colectivo” confunde con el “declive del mundo mismo”. Como las cavernas de una zona arqueológica, contienen las modas del siglo pasado in situ. (Bock-Morss, 1995, p. 82)

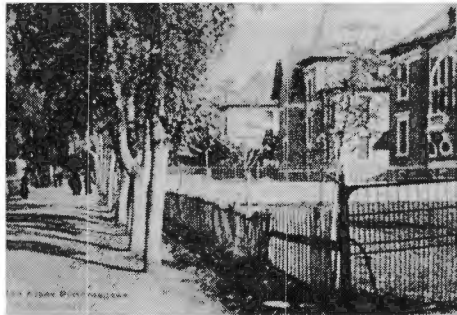


Imagen 37. Agradecida la comunidad de Barcelonnette (Francia) con la fortuna que muchos de sus paisanos amasaron con sus tiendas en México, nombraron a esta avenida “Porfirio Díaz”. Hoy sigue siendo tan apacible como entonces.

Aun con las divergencias identificadas, lo que resulta incuestionable es el creciente apego de los habitantes urbanos (mexicanos o europeos) hacia un consumo en

el que la compra de mercancías, o al menos el sólo estar ahí para mirarlás, ganaba peso en la concepción del uso del tiempo libre y en el significado de la vida cotidiana. Esto explica que las familias mexicanas “decentes y de buenas costumbres” procuraran desmarcarse en lo posible de los atavismos identificados con la vida rural y con la gente del vulgo y en su lugar estuvieran cada vez más interesadas en dar a sus manifestaciones sociales el mayor aire posible de modernidad y progreso, lo cual el régimen político también perseguía con ahínco.⁶¹ Era de este modo que las pautas de consumo estaban siendo acompañadas de nuevas formas de comercialización, generándose así una especie de convergencia de influencia mutua, como habría de verse con la aparición de nuevos espacios para la exposición estética de las mercancías.



Imagen 38. Objetos del deseo. Fines del siglo XIX.

⁶¹ Refiriendo la ruptura espacial que la cultura burguesa fomentó en el siglo XIX en Europa, Luc Boltanski y Eve Chiapello indican que “la aventura capitalista significa en primer lugar la liberación, ante todo espacial o geográfica, posibilitada por el desarrollo de los medios de comunicación y el avance del trabajo asalariado, que permiten a los jóvenes emanciparse de las comunidades locales, del sometimiento a la tierra y del arraigo familiar, y posibilitan la huida del pueblo, del gueto y de las formas tradicionales de dependencia personal.” (Boltanski y Chiapello, 1999, p. 57)



Imagen 39. Si bien en muchos espacios públicos se congregaban diversas clases sociales, el hipódromo era un recinto exclusivo y sólo al alcance de las familias porfirianas de mayor abolengo.



Imagen 40. Zócalo de la ciudad de Oaxaca, 1905. La segunda fachada del lado derecho es de Las Fábricas de Francia.

IV. Tiendas departamentales y centros comerciales

Las tiendas de novedades como Las Fábricas de Francia, Las Fábricas Universales, La Ciudad de México, La Ciudad de Londres, La Ciudad de París, el Centro Mercantil y El Nuevo Mundo vieron su clímax en los primeros años del siglo XX; no obstante, el estallido de la Primera Guerra Mundial y de la Revolución Mexicana supuso un periodo de crisis de sus ventas al que sólo las dos primeras pudieron sobrevivir junto con otras como El Palacio de Hierro y Al Puerto de Liverpool.



Imagen 41. El Palacio de Hierro, 1912.

No obstante esta acometida del destino contra estas tiendas (que empezaron a ser conocidas como “tiendas departamentales”), continuó la inclinación de la población urbana por el paseo de fin semana adornado con la visita a tiendas de artículos de lujo como representación de un tipo de vida próspero, porque también es claro que aun con la fuerza de los conflictos armados, buena parte de la población se mantuvo en actividades económicas que redituaron en una permanencia de ingresos regulares para muchas familias de las clases acomodadas, a las cuales se fueron sumando las familias de muchos líderes revolucionarios quienes por la vía de la contienda habían logrado hacerse de riquezas bastante considerables.



Imagen 42. Entrada de tropas zapatistas a la capital, 1914. En la esquina inferior izquierda se observa un anuncio de la prestigiada casa de cigarros *El Buen Tono*.

La generalización de la paz interna a partir de los años 20 significó la recuperación de un gran número de familias ciudadanas de su anhelo por adquirir bienes necesarios y excedentes para apuntalar su seguridad simbólica y material. Aun cuando el

régimen revolucionario expondría en su momento un discurso de izquierda y de carácter nacionalista, la impronta de los valores liberal-burgueses había llegado para quedarse pese a que las condiciones de desigualdad y de miseria de los sectores mayoritarios se mantendrían como rasgos que trascendieron sexenio tras sexenio durante el siglo XX.

Esto es lo que explica que también en México haya continuado la adopción de la moda dominante en las grandes urbes en los años 20, como atestigüamos con el cambio de estilo que buena parte de las muchachas de esos años llevó a cabo. No sólo se trató de una evidente transformación de los modelos de vestidos y sombreros sino también del corte de cabello y hasta de algunas costumbres como el que ya ahora podían fumar sin ser tan escarnecidas, o podían asistir a bailes en los que el jazz amenizaba su nueva actitud liberada al margen de que, desde luego, los espíritus tradicionalistas y conservadores veían que todo era el resultado de una innegable decadencia moral.



Imagen 43. Fueron tan famosas las "Pelonas" de los años 20, que los teatros de revista les dedicaban musicales.



Imagen 44. Trajes de moda de 1921 a 1925.

La realidad de un México que continuaba con profundas desigualdades entre la población pudo verse expresada por el grupo revolucionario que a pocos años de terminada la etapa armada se mantenía en el poder. Los obregonistas, como grupo con valores y extracción burguesa garantizaron que las diferenciaciones sociales fueran el quid de la convivencia en las grandes urbes. El consumo y la exclusión de las mayorías se mantendría con una fuerza categórica al menos hasta la llegada del cardenismo, cuando en cierta medida el régimen adoptó un perfil de mayor sentido popular.



Imagen 45. Las de arriba y las de abajo: Mujeres obregonistas en acción. Enrique Díaz. 1924.



Imagen 46. Banda de Jazz. 1925.

En ese ambiente, las tiendas departamentales continuaron con su papel de proveedores de las últimas novedades mercantiles poniendo al alcance de sus clientes también modelos que imitar de acuerdo con el canon de lo sofisticado, porque habrá que apuntarlo; la historia de estos comercios coincide en el tiempo y en imbricación mutua con la imposición de la alta costura como una concreción comercial específica y determinada por las tendencias de la moda y ya no por los gustos particulares de los clientes. Si bien la entrada de los años 30 implicó un creciente influjo en el ánimo político por hacer de los valores revolucionarios un estandarte de la nueva idiosincrasia del mexicano, las familias burguesas mantuvieron su lealtad a las tiendas de moda y persistieron en hacer de la experiencia de compra una forma placentera de matar el tiempo libre. Caso curioso, el naciente nacionalismo mexicano utilizaba como uno de sus cimientos al sentido de seguridad subjetiva que ofrecía el consumo aburguesado, a la forma de vida crecientemente reificada.

Así como en el siglo XIX la oferta de estos establecimientos había procurado ser lo más variado posible, los almacenes del primer tercio del siglo XX buscaban que el interés de sus visitantes no se perdiera, por lo que mantuvieron la costumbre de importar gran parte de sus existencias de países europeos y de los Estados Unidos, sin llegar, sin embargo, al grado de espectacularidad desbordada de sus propios límites como ocurría

en la Unión Americana donde, por ejemplo, la tienda Macy's organizaba en los años 20 un desfile multitudinario por las calles de Nueva York para la celebración del Día de Acción de Gracias. Del mismo modo, por esos años comenzaba también la inclinación a que los anuncios publicitarios en las calles adquirieran dimensiones monumentales cosa que también ocurrió en la Ciudad de México aunque generalizándose en esta capital hasta la siguiente década.



Imagen 47. María Santibáñez, 1927.



Imagen 48. El Palacio de Hierro pronto se recuperó del incendio que redujo a cenizas su edificio en 1914. Para los años 20 se había vuelto a colocar en el pináculo del buen gusto.

En lo que se refiere a la personalidad de las construcciones, entre los años 1925 y 1935 el *art decó* establecería una pauta que aun hoy puede verse en diversos edificios de la Ciudad de México, diseñados con la consigna de reflejar “una imagen social caracterizada por el optimismo ante la abundancia de recursos y la confianza absoluta en que la tecnología por sí misma habrá de revolucionar al mundo”. (de Anda, 1995, p. 177)⁶² Este estilo fue el predominante en la construcción en 1927 a instancias del arquitecto José Luis Cuevas, de la colonia Hipódromo Condesa y del Parque México localizado en ella; lo peculiar de este espacio abierto es que no cumpliría el papel de conjuntar personas de muy diversos estratos sociales como en su tiempo había ocurrido con la Alameda Central; esto explica que en toda su historia el comercio ambulante no se haya establecido como una práctica cotidiana en ese parque ya que lo solían frecuentar los propios vecinos de clase alta que residían en la colonia, así, la compra de diversos efectos seguía siendo llevada a cabo por las familias de clase media en tiendas más modestas que las grandes departamentales.



Imagen 49. Vista panorámica del Parque México en los años 30.

⁶² Los tres periodos del siglo XX en la arquitectura en México: “-El inicio del siglo, hasta 1930, caracterizado por el academicismo, el historicismo y el eclecticismo que se arrastran desde el siglo XIX; en México, esta etapa coincidiría con la Revolución y su consolidación. –La etapa de implantación, desarrollo y primera crisis del funcionalismo, hasta 1970; en México es el periodo de la institucionalización de la Revolución. Del desarrollismo y del presunto milagro económico. –La etapa de crisis del racionalismo y del funcionalismo, con la implantación de la postmodernidad y la identificación de alternativas locales contrapuestas a los modelos ‘globales’”. (Biondi, 2007, p. 128)



Imagen 50. Tienda de ropa, Ciudad de México, 1929.



Imagen 51. Sedería y camisería La Francia, Ciudad de México. Ca. 1930.



Imagen 52. Paro de Transportistas. 1932.



Imagen 53. La marcha del progreso. Enrique Díaz. 1939.

El llamado “Milagro Mexicano” daría un nuevo impulso y nuevos clientes a las cadenas de tiendas departamentales que ahora mirarían hacia los almacenes de los Estados Unidos para imitar el modelo en la forma correcta de ocupar el tiempo libre, en correspondencia con el “estilo internacional” que en arquitectura terminó por consolidarse en los años 40; este era de menor inspiración social que los diseños de la década previa y habría de tener una serie importante de manifestaciones en la zona metropolitana de la Ciudad de México (Biondi, 2007, p. 131). Aun así, también hubo iniciativas poco comunes que mostraron el ímpetu creativo de algunos arquitectos nacionales, quienes habían asumido como su tarea dar techumbre a los cada vez más cosmopolitas ciudadanos de la ciudad; un ejemplo fue el Pasaje Polanco, proyectado en 1938 por Francisco J. Serrano. La idea de este espacio que uniría tres vialidades, era que no sólo se tratara de un sofisticado punto comercial sino que también fuera residencia de adineradas familias pues el proyecto incluyó cuatro edificios de departamentos con sus respectivas cocheras, los cuales, desde su arquitectura, recordaban el estilo aerodinámico (*streamline*) que fue la pauta norteamericana durante aquellos años para el diseño de productos como muebles, electrodomésticos y automóviles; ello hablaba de un reto

estético al rigor de estilos precedentes y a su vez, de un creciente peso del diseño a contrapelo del dominio previo de la ingeniería utilitaria de los productos.

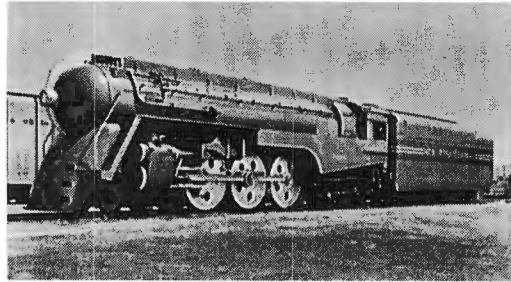


Imagen 53a. Locomotora de diseño *streamline*. 1938.



Imagen 54. Pasaje Polanco. 1938.

Desde luego, y en forma semejante a lo visto en el siglo anterior, el consumo al menudeo de mercaderías para las clases populares continuará como una especie de obstinado atavismo, de lo cual serán prueba los mercados tradicionales que hoy siguen siendo una dinámica realidad y que igualmente en esos años seguían siendo construidos. Serán, sin embargo, las tiendas departamentales y posteriormente los centros comerciales, el botón de muestra del capitalismo mercantil y de los servicios como sector creciente en las economías de todos los países y de la omnipresencia del consumismo como una práctica de integración y de diferenciación social; de una nación que podía ya codearse con las grandes potencias del mundo pues estaba haciendo todo lo necesario para integrarse a ellas.



Imagen 55. Mercado Abelardo Rodríguez, inaugurado en 1935.



Imagen 56. Cuadro Alegórico, Los buenos vecinos. 1942.



Imagen 57. Mercado Michoacán, en la Colonia Condesa. inaugurado en 1946.

La persistencia de los consumos tradicionales incluiría también al comercio ambulante e informal de tal modo que en estos años los puestos callejeros irían ocupando cada vez mayores espacios, no sólo por el incremento de la demanda en las crecientes ciudades mexicanas sino también por la migración del campo a la ciudad, lo cual

fomentaría la ocupación de muchas personas en cualquier actividad que les permitiera el sustento cotidiano. De ello resulta la inclinación de muchas familias, sobre todo de la clase media baja, a frecuentar a estos comerciantes que lo mismo vendían productos del campo que baratijas y cosas usadas. Aunque claro, el discurso político correspondiente con semejante tendencia fue el de afirmar que México se encontraba de lleno en la senda del progreso por lo que incluso otras manifestaciones de la cotidianidad posrevolucionaria, como el cine, tendieron a dar cuenta de los logros fomentados por los herederos de la lucha armada, aun cuando hubo voces discordantes con ese optimismo (imagen 58).⁶³



Imagen 58. Los olvidados, de Luis Buñuel, fue uno de los pocos ejemplos cinematográficos que hizo un tratamiento crítico de la realidad social mexicana de mediados del siglo XX.

⁶³ Si bien la temática revolucionaria y campirana de los filmes mexicanos dominaba en la llamada “época de oro” del cine nacional, la tendencia a que surgieran estrellas cuasi míticas fue correspondiente con el fenómeno originado en la industria cinematográfica estadounidense de crear ídolos, íconos encaramados en el imaginario del éxito, la fantasía y el glamour, los cuales transitaban con la potencia de su aura película tras película; así, Pedro Infante, aunque fuera un humilde carpintero, un motociclista seductor o un rancharo de cantina, no dejaba de ser un ídolo sacralizado para las multitudes. No era Pedro Infante haciendo el papel de distintos personajes, sino Pedro Infante en medio de distintas historias.

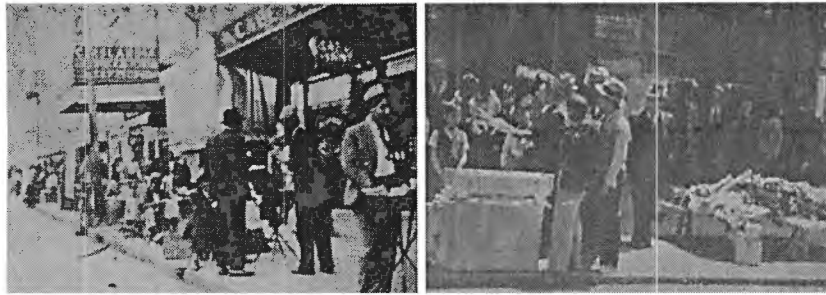


Imagen 59. Puestos callejeros y merolicos en los años 40.

De este modo fue que las tiendas predilectas para los consumos suntuarios siguieron siendo el distinguido grupo de firmas que desde el siglo anterior venían delineando la moda y el estilo de sofisticación buscado por las familias de las clases urbanas medias y altas. Liverpool, El Palacio de Hierro, Las Fábricas Universales, Las Fábricas de Francia, y posteriormente otras como Sears (en 1947), se dieron a la tarea de promoción de la conciencia reificada. Mantenían sus casas en la céntrica zona de las calles adyacentes a la plaza mayor de la Ciudad de México o no muy lejos de ella, en forma equivalente a como lo hicieron en otras ciudades grandes de la república. No obstante, el influjo cultural norteamericano en las formas de consumo y ocio, daría pie a revolucionarias aspiraciones de los urbanistas, arquitectos y dueños de tiendas acerca de cómo debía ser en adelante el consumidor nacional; así, en pocos años surgirían en México los primeros ejemplos de una nueva forma de entender los actos de compra y venta: el centro comercial.



Imagen 60. Tiendas Las Fábricas Universales y Liverpool en el centro de la Ciudad de México, años 50.



Imagen 61. Gipsy. Portada de la revistas Vea. 1953.

Los centros comerciales aparecieron cuando ya el modelo del pasaje - particularmente en Europa- se había agotado ante nuevas formas de comercialización y sobre todo por el crecimiento suburbano, el cual provocaba una disminución progresiva del protagonismo del centro de las ciudades como nodos comerciales y políticos e implicaba un cambio del paradigma urbano hacia una creciente dispersión y hacia una mayor tolerancia en la discontinuidad arquitectónica. Para ello se aprovecharía los espacios poco urbanizados y cercanos a las viviendas de las emergentes clases altas y medias, las cuales para mediados del siglo XX habían tendido a ubicar (también en las ciudades mexicanas) sus residencias en las zonas de los suburbios.

Habrá que decir también, que la generalización progresiva de los centros comerciales en México ocurrió en concordancia natural con la afirmación del consumismo de posguerra el cual fue fomentado por las grandes corporaciones y por las pautas culturales de los Estados Unidos que afirmaron a la capacidad compra como un sinónimo de bienestar;⁶⁴ esto al margen que la disponibilidad de mercancías y artículos

⁶⁴ Este también es el contexto que explica la creación de productos como los dibujos animados que enaltecían la técnica fabril, la tecnología y las mercancías; de ello es un símbolo por excelencia la caricatura *Wile E. Coyote and the Road Runner* de Warner Brothers. Sin embargo, para Jorge Veraza, el término de la Segunda

diversos para los grandes públicos se encontraba en ciernes y por lo mismo, aún no atisbaba del todo una mayor preocupación de los grandes industriales de ofertar bienes visualmente bellos cuando se trataba de producciones en masa, como por ejemplo, enseres básicos para el hogar, disponibles ahora para un público amplio que hasta ese periodo se había caracterizado por vivir al día y por no contar con demasiado ingreso excedente como habría de ocurrir en las décadas posteriores para buena parte de la población mayoritaria de países industrializados y de las grandes urbes en casos como el mexicano.⁶⁵

Se trató de un punto en el que se convertía crecientemente en norma la exposición casi museística de las mercancías y su encuadramiento en un espacio físico de armonía seductora que sirviera de eufemismo simbólico al frío objetivo del lucro de la comercialización. Así, la generalización creciente del centro comercial irá de la mano de la convicción de sus promotores de que “En las nuevas condiciones de la vida moderna, el espacio comercial debía ofrecer algo más que valores de uso y la realidad tangible de los objetos: había que envolver las mercancías en una atmósfera específica, capaz de transfigurarlos en objetos feéricos, en objetos fetiche. Fetichización de la mercancía que se efectuó gracias al aura estético-mágica del lugar comercial moderno.” (Lipovetsky y Serroy, 2015, p. 121)

Guerra Mundial también marcó el inicio del “fenómeno de la proletarización general de la humanidad”. (Veraza, 2008, p. 29)

⁶⁵ A ello se refieren Lipovetsky y Serroy cuando indican que “Nadie ignora que la estetización del marco doméstico, durante todo este periodo [años 1950 a 1980, aproximadamente], ha sido muy limitada entre las capas inferiores de la pirámide social. A una producción de alto valor creativo se opone, pues, una producción industrial en serie sin estilo ni originalidad, destinada a las masas.” (Lipovetsky y Serroy, 2015, p. 19)



Imagen 62. Calle Madero, mediados de los años 60.

Es difícil ubicar una definición integrada de lo que es un centro comercial; ello implica que al mismo tiempo sea complicado un consenso sobre cuáles fueron los primeros ejemplos históricos de espacios comerciales que cumplen con la tipología de un centro comercial en sentido contemporáneo. A ello se suma el hecho de que ese concepto no sólo es una expresión de la jerga cotidiana sino también un objeto de estudio de diversas investigaciones de corte socioantropológico. Sin embargo, podemos hacer caso de algunas propuestas en este sentido, asumiendo que lo primero que nos ocupa es revisar el transcurso en el tiempo de la experiencia de compra y el ocio en los individuos, y dejamos en siguiente instancia asuntos como el de la tipología en la comercialización. Teniendo en cuenta esta salvedad, Sandra Usín indica que los centros comerciales pueden diferenciarse en no planificados y planificados, en la forma como sigue:

Los centros comerciales no planificados: son un tipo de localización minorista donde dos o más establecimientos están situados sin que el conjunto de locales de ese distrito comercial sea el resultado de una planificación u organización previa. En esta categoría se incluirían: zonas céntricas de las ciudades, zonas urbanas secundarias, zonas comerciales vecinales e hileras comerciales.

Los centros comerciales planificados: son establecimientos construidos arquitectónicamente de forma unificada, dirigidos y diseñados por una gerencia única que generalmente cuentan con, al menos, una locomotora (gran almacén o hipermercado) que ejerce el tirón de los consumidores hacia el centro, y diversos establecimientos pequeños, así como varios lugares de ocio. (Usín, 2013, p. 115)

Atendiendo esta tipología, resultaría que a lo largo de la descripción que hasta aquí hemos realizado, antes del surgimiento del centro comercial planificado (que para no entrar en detalle en adelante llamaremos simplemente, centro comercial) en México se registra hasta mediados del siglo XX un predominio del centro comercial no planificado, ya que esta modalidad es la que mejor describe la forma histórica que hasta aquí hemos revisado en lo que se refiere a la aglomeración de comercios. Es decir, desde el lejano funcionamiento de la plaza mayor del periodo virreinal, hasta la proliferación de comercios en el centro de la ciudad de la primera mitad del siglo XX (incluyendo las tiendas de novedades), el espacio de comercio obedeció a una lógica comercial de origen consuetudinario (como la plaza) o a una inercia de integración de diversos giros comerciales que se mantenían en las zonas urbanas de mayor tránsito de personas, como fue el caso del primer cuadro de la Ciudad de México. La segunda mitad del siglo XX será entonces el escenario en el que los centros comerciales establezcan su presencia en la historia de las ciudades mexicanas.

El centro comercial de nuestros días supone entonces una serie de elementos comunes que nos dan una pauta para su identificación, aun cuando pueda parecernos una obviedad:

- Se trata de una forma de integración horizontal espacial constituida por un conjunto de establecimientos minoristas independientes.
- Ubicados en una o varias edificaciones, formando una composición unitaria con un nombre imagen característico que lo defina.
- Integrados todos ellos bajo una gestión unitaria y mediante servicios comunes (instalaciones, promoción, aparcamiento, vigilancia, limpieza, mantenimiento).
- Todos ellos pertenecen a múltiples sectores, (textil, alimentación, droguería y perfumería, deportes, juguetes, papelería, muebles, bricolage, viajes, peluquerías, ópticas, bancos, restaurantes, cines, discotecas).
- Su óptima combinación, así como la existencia de establecimientos que ejercen de locomotora (hipermercados, supermercados, grandes almacenes, establecimientos de esparcimiento y ocio) provoca la atracción de los clientes.
- La localización, dimensión y combinación de tiendas y actividades complementarias dependen del área comercial a la que sirve. (Usín, 2013, p. 124)

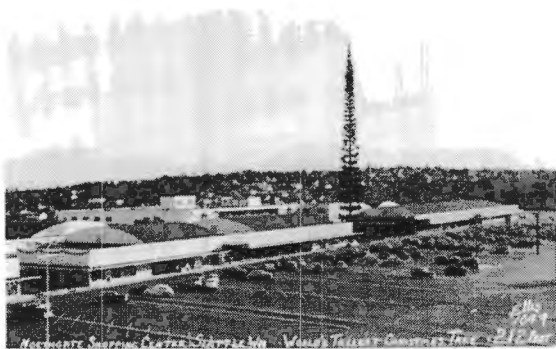


Imagen 63. Northgate Center. Seattle. primer centro en el mundo en tener un pasillo central (mall).

No hay un acuerdo definitivo acerca de cuál fue el primer centro comercial del mundo; así, el *Roland Park* de Baltimore, abierto al público en 1907, fue el que por vez primera estableció sus locales en forma lineal, un estacionamiento anexo y publicidad para todo el grupo de comercios del lugar. Otra propuesta es la de que el *Country Club Plaza Center* de Kansas City, inaugurado en 1923, fue el primer establecimiento diseñado en forma de conjunto tras un estudio de mercado. El *Northgate Center*, cimentado en 1950 en

Seattle, fue el primer centro que tuvo un pasillo central (mall) y un almacén principal como punto de atracción en un extremo además de ser techado por completo. Para México, los centros comerciales considerados como los primeros fueron Plaza Universidad en el DF y Plaza del Sol en Guadalajara, abiertos al público en 1969 (Montaño, 2010).⁶⁶ Esto cuando en los países desarrollados ya tenía su tiempo la elevación de las grandes marcas de la moda a emporios capitalistas ávidos por colocar sus prendas, perfumes y accesorios en los centros comerciales que comenzaban a aparecer en las naciones en desarrollo.



Imagen 64. Plaza Universidad. Ciudad de México, años 60.

Aunque claro, la futura proliferación de estos espacios comerciales tuvo primero que pasar por una modificación de la lógica con la que los vendedores realizaban sus ventas ya que implicaba que los empresarios aceptaran salir de las calles tradicionales de comercialización, lo cual sería facilitado por la entrada de las grandes cadenas departamentales; ello fue normalizando la idea en los inversionistas de llevar las opciones de oferta más allá del mero consumo. En el caso de Plaza Universidad, el diseño, proyecto arquitectónico y venta de espacios corrió a cargo del prestigiado arquitecto, Juan Sordo Madaleno. Tres años después abriría sus puertas Plaza Satélite, teniendo como tienda ancla a Liverpool: ésta, junto con Sears y El Palacio de Hierro serían una importante triada para

⁶⁶ Para 1960, los centros comerciales eran ya una norma tan cotidiana en los Estados Unidos que se contaban 7,600. (Usín, 2013, p. 141)

la proliferación de centros comerciales en las décadas posteriores, así como de diversas expresiones del consumo que complementaban esa aparente dirección que la sociedad mexicana había tomado hacia la lógica de una buena vida.

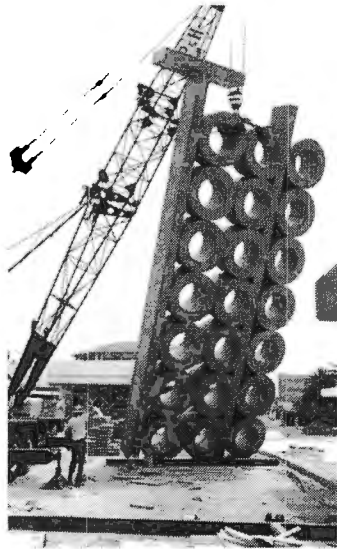


Imagen 64a. Instalación de anuncio en la entrada de la tienda De Todo en la Calle Félix Cuevas. 1969.



Imagen 64b. Club Piccadilly Pub en la Calle Copenhague, alrededor de 1970.



Imagen 64c. Moda futurista de Pedro Loredo. 1973.



Imagen 64d. Tienda Paris-Londres en Perisur, inicios de los años 80.

Serán entonces entre los años 70 y 80 que se construirá gran parte de los grandes centros comerciales en México, lo cual también corresponde con un punto temporal en el que la publicidad comienza a dar cuenta de mercancías que contienen una creciente dimensión simbólica; para los 90 la tendencia será la diversificación y la multiplicación de estos espacios a nivel nacional y planetario, como reflejo de un posguerra fría caracterizada por la planetarización del capitalismo neoliberal. De hecho, con el tiempo la tendencia fue que una zona aumentara el valor de sus predios con la llegada de un centro comercial en las cercanías o que de plano el centro comercial fungiera como un nuevo nodo de atracción urbana. A modo de ejemplo, a la edificación de Perisur, en la Ciudad de México, le siguió una proliferación de conjuntos residenciales, zona hotelera, oficinas de diversos ramos, instituciones públicas, escuelas y hasta la sede de la Vicaría Territorial Episcopal VI. (Lulle y Paquette, 2006, p. 340)



Imagen 65. Plaza Perisur. Ciudad de México.

Esto no significa que sólo los centros comerciales abarcaran todo el ámbito del consumismo; de hecho ya los supermercados (Gigante, Blanco, Comercial Mexicana) tenían un fuerte posicionamiento al que se uniría la lógica de la comercialización al mayoreo (Costco y Sam's Club) a finales del siglo XX; sólo que la inclinación de las familias en su contacto con estas instancias de comercialización, no cumplía el papel de ser lugares de destino para el paseo o la convivencia. Es así que el desarrollo de los centros comerciales, por su parte, se debe a la dinámica de un sistema económico capitalista fundamentado en el consumo masivo pero sustancialmente lúdico y en la mayor disponibilidad de tiempo libre, lo cual se encuadraba en la lógica de las tendencias que venían presentándose en los Estados Unidos de la posguerra.⁶⁷

Puede así inferirse lo que trataremos con mayor atención en el tercer capítulo en relación con el sentido del consumo subordinado por completo a la lógica de la reproducción de capital y como un proceso acelerado en este mismo periodo, que incluye también un dominio formal como se verifica con el dominio estético originado en las pautas industriales norteamericanas; se trató de una tendencia que como Jorge Veraza explica,

⁶⁷ En el siguiente capítulo observaremos con mayor detalle el sentido del consumo ya también subordinado por completo a la lógica de la reproducción de capital como un proceso acelerado en este mismo periodo.

...muestra sus primeros indicios desde 1850, pero sólo se consolidó durante la segunda posguerra mundial, en particular en la década de los sesenta del siglo XX. A partir de 1950 el capitalismo desbordó su medida continental hacia la empresa histórica de alcanzar una medida mundial, la cual fue vigente sólo una vez destruida Europa y promovido el capitalismo norteamericano como hegemónico económico y geopolítico mundial. (Veraza, 2008, p. 264)

No obstante, aun con la caída del ciclo económico hacia escenarios de crisis recurrentes después de los años 70, la propensión de los centros comerciales incluyó la de convertirse en nodos suprarregionales que en los años 90 llegaron a implicar la atracción urbanística que arriba señalamos, aun cuando en muchos casos, también las zonas antiguas de las ciudades fueron de nuevo puestas como objetivo por muchos planeadores de negocios.⁶⁸ Lo que en última instancia puede observarse por encima de las particularidades de cada centro comercial es el hecho de que

...van abandonando su aspecto estrictamente comercial para convertirse en centros de ocio, reunión y diversión, en los que se pretende hacer de la compra una experiencia gratificante y diferente, y en los que el consumidor tiene cada vez un papel más determinante. Sus gustos, sus modas, más o menos pasajeras, y su capacidad adquisitiva, se van reflejando en el mercado de los centros comerciales, que adapta sus formatos a la propia evolución que sufren los consumidores... En este momento, quizás lo más característico de los centros comerciales a nivel mundial es que se diluyen las diferencias de concepción de los centros comerciales, como una consecuencia más de la actual globalización de los mercados. (Usín, 2013, p. 147 y 148)

⁶⁸ Desde luego que las modalidades de centros comerciales contemporáneos varían en muchas formas dependiendo del perfil e intención de desarrolladores, como el caso de los llamados Factory Outlets, los parques temáticos, los especializados en un tipo de productos, o los Lifestyle Centers “que son centros comerciales diseñados para aquellas personas que evitan los centros comerciales. Su diseño consiste en proyectos al aire libre, generalmente en zonas de elevado poder adquisitivo que imitan las calles comerciales de una ciudad”. (Usín, 2013, p. 142)



Imagen 66. Centro comercial Santa Fe, Ciudad de México.

Con el paso de los años se han dado ciertas modificaciones a la lógica arquitectónica de los centros comerciales en México en consonancia con la mayor disposición del público a convivir en lugares con mayores áreas verdes o incluso con cielos abiertos, lo cual significa una audacia dada la tendencia previa que señalamos del diseño de espacios cerrados y casi aislados del mundo exterior. Aunque esto también tiene antecedentes en los centros comerciales de otras partes del mundo con estas características y que son llamados *lifestyle centers*. Así, Antara Fashion Hall en Polanco, abierto al público en 2008, cuenta con estas características y tiene además la peculiaridad de no contar con ninguna tienda ancla. Igualmente, la inventiva de los diseñadores ha generado proyectos como el Complejo Andares en Guadalajara, que tuvo como pauta integrar al automóvil a la lógica comercial, por ello, fue construido un paseo vehicular en el interior del propio centro. Lo particular, en el caso de los centros comerciales abiertos hacia el exterior, es que se prevee arquitectónicamente que desde cualquier punto del sitio que uno se encuentre, sea difícil percibir áreas de la ciudad populares o visualmente caóticas.



Imagen 67. Complejo Andares. Guadalajara, Jalisco.

Como puede observarse, asistimos a un dinamismo arquitectónico de los centros comerciales que incorpora ciertas adecuaciones en conformidad con las tendencias de una cultura globalizada del consumo ya que, a final de cuentas, lo que ha permanecido como aspecto sustancial en la historia de los centros comerciales en México, es el acto de compra real o potencial. Esto puede parecer demasiado obvio, sin embargo, refiere también la continuidad creciente de la realidad material sobre la que ha descansado la conciencia reificada a través del tiempo, porque la mercancía y el servicio son, en esos espacios, el *ethos* alrededor del cual gira el resto de las actividades humanas. De ahí que en los proyectos futuros de los diseñadores de centros comerciales esté incorporar opciones como las culturales y deportivas en la oferta de los nuevos espacios, de tal manera que se llegue al punto en que estén cubiertos todos los deseos, necesidades e impulsos de las personas, tal como lo han expresado algunos de esos promotores.

De modo equivalente a los pasajes comerciales del siglo XIX, el papel de cohesionador cultural del centro comercial es determinado por los actos y eventos psicológicos que tienen lugar en él, ya que:

El interior del centro comercial simula una gran vitrina fragmentada por marcas, estilos y denominaciones de la multiplicidad de aparadores. Los fines de semana se congregan familias, jóvenes

y grupos intra e intergenéricos que deambulan por los pasillos mientras disfrutan un helado o un refresco, platican y detienen su trayecto frente a algún escaparate, comentan entre sí, se comparan – para bien o para mal– con los maniqués de las vitrinas, acceden a las tiendas por un rato, la mayoría de las veces compran, y continúan el paseo. Pero, ¿qué es un aparador? Es la carta de presentación de los locales comerciales que busca atraer a los paseantes y sugerirles lo que está de moda o lo que representa un *deber ser* referente a la imagen: lo que hay que usar si se quiere estar *in*. (Cornejo, 2007, p. 83)

En suma, puede decirse que los centros comerciales prácticamente han terminado por integrar en una forma reificada y lucrativa los anhelos que en etapas previas se encontraban dispersos en el espacio del tiempo libre, en otras palabras, si las familias asistían a la alameda, al pasaje, a la tienda de novedades y a la tienda departamental con el fin particular de ir de paseo o de compras, el centro comercial terminó por cooptar ambas experiencias en los márgenes de un mismo espacio a través de la comercialización, ya no sólo de mercancías en su sentido clásico, sino también de todos los servicios posibles.

Como revisaremos en el capítulo siguiente, esto expone la realidad reificada de nuestras sociedades, en el sentido de que parece indicar la alienación de la conciencia frente a la lógica del acto de comercialización, el fetichismo de todo lo comercializado y la cosificación creciente del factor humano involucrado a través de los números que dan cuenta de la cantidad de clientes atendidos y de empleados contratados.

Conclusión

No ha sido la intención de este apartado agotar las posibilidades de reconstrucción histórica del tema de la reificación como proceso desarrollado en el tiempo y mucho menos

de otros tópicos tan complejos como el del consumo como mecanismo de reproducción material o el de los espacios comerciales en el país; nuestro objetivo en esta sección fue la de exponer cómo nuestros principales aspectos teóricos (vistos en el capítulo anterior), han tenido verificativo en la realidad concreta a través de la historia.

Es así que este capítulo ha sido una suerte de viaje documental con el que quisimos dar cuenta del asentamiento de la conciencia reificada en los espacios de interacción social en nuestro país, a través de la exposición de algunas pautas en el consumo de los habitantes, particularmente, de ciudades como la capital de nuestro país. Fue a partir de este entendido que nos enfocamos en fenómenos como la lógica de consumo, los comportamientos de los compradores y los espacios comerciales, para iluminar una faceta que nos habla del modo como el capitalismo y la mentalidad burguesa se fueron convirtiendo en parte primordial del utillaje simbólico y subjetivo de la población.

Es importante señalar que esto no significa que los comportamientos de los individuos sigan patrones absolutos y unívocos a la hora de su desempeño social, no obstante, sí podemos afirmar la existencia de algunas tendencias generales que nos hablan del capitalismo mercantil como modo de producción que ha fomentado, progresivamente, las condiciones económicas, psicológicas, culturales, sociales y políticas que permiten su reproducción. Otro de los cometidos de este capítulo, fue el de fungir como una suerte de antecedente al siguiente capítulo dado que ahora nos enfocaremos en una serie de reflexiones sobre el tema de la reificación como proceso y fenómeno de nuestra contemporaneidad siendo de nuevo los escenarios urbanos (en particular la Ciudad de México), los que hemos elegido para ubicar espacialmente la realidad fenoménica correspondiente.