

Viernes 13 de octubre de 2006

Economía Moral

Julio Boltvinik

Markus y el paradigma de la producción/ II

"Reglas de la vida": reglas (técnicas) de uso y normas (sociales) de empleo

*La economía moral es convocada a existir como resistencia a la economía del "libre mercado": el alza del precio del pan puede equilibrar la oferta y la demanda de pan, pero no resuelve el hambre de la gente*

En la película *Las reglas de la vida* (título original: *Cider house rules*), los trabajadores negros analfabetos de una empresa agroindustrial (huerto de manzanas y fabricación de sidra) descubren, gracias a la incorporación de un joven y letrado trabajador blanco, que un viejo letrado colocado en su dormitorio colectivo contiene las reglas (prohibiciones) de la "casa de la sidra", donde trabajan estacionalmente. Conocidas las prohibiciones, proceden por primera vez a violarlas. La película (que espantó a las "buenas conciencias" panistas) es una hermosa metáfora sobre la vida: el médico que dirige un orfanato (y ama a los niños a quienes se refiere como "príncipes") practica abortos "ilegales" a las mujeres que lo necesitan. En la entrega de Economía Moral del 29/9/06 presenté la visión de Gyorgy Markus del carácter práctico del materialismo de Marx. Hoy presento su conceptualización de lo que podríamos llamar las "reglas de la vida".<sup>1</sup>

Markus parte de la idea marxiana que cada forma de producción debe ser vista como la unidad de: 1) procesos tecnológicos entre el hombre y la naturaleza y 2) la reproducción de un sistema de relaciones de producción entre los hombres: "Tomaré este *carácter dual* de la producción como *constitutivo de la esencia de este paradigma marxiano* y examinaré, desde esta perspectiva, el problema del *consumo* en el sentido del *uso humano de objetos hechos por el hombre* como 'momento intrínseco de la actividad productiva' (...tal definición del consumo incluye la producción propiamente dicha como *consumo productivo*...). Sostiene que entender así el consumo significa concebirlo como la reproducción continua del individuo productivo [produce, se reproduce consumiendo, y puede volver a producir]. Aplicar al consumo la caracterización dual de la producción significa analizar los productos materiales del trabajo en su función de objetos de consumo como *objetivaciones* de las fuerzas esenciales humanas (necesidades y capacidades) y como *materializaciones* de las relaciones sociales. Son estas dos nociones de *objetivación* y *materialización* las que deben aclararse. La primera expresa una diferencia esencial de las relaciones del ser humano con los objetos naturales y sus relaciones con los hechos por él, lo que implica un nuevo tipo de relación entre el hombre y su medio ambiente.

Markus distingue entre *reglas sociales de uso* (técnicas por su contenido) y *normas sociales de empleo* de los productos del trabajo. Las primeras establecen "las relaciones entre las cualidades de los productos del trabajo y las necesidades humanas" en dos sentidos. *Primero*, el objeto "artificial" obtiene estas propiedades a través del trabajo humano que diseña y produce el objeto pensando en su uso apropiado y estas cualidades, acentuadas por las reglas de su uso, constituyen la naturaleza esencial del producto. Un vaso está destinado para beber y algo es un vaso cuando se usa como tal. Las *reglas definidas* que circunscriben el fin y la manera de su uso convierten los objetos de hechura humana en *valores de uso sociales*. Los arqueólogos enfrentan el hecho de que la interpretación y clasificación de sus hallazgos tendrán sentido sólo si se puede reconstruir el uso original de dichos objetos. Los objetos hechos por el hombre como objetivaciones tienen un significado inherente, constituido por las reglas de su utilidad: el reconocimiento social de su calidad de valor de uso, es decir, *de su relación con alguna necesidad* específica aceptada. *Segundo*, las mismas reglas prescriben y circunscriben *acciones humanas significativas*: el ejercicio de capacidades para la satisfacción de la necesidad plasmada de manera material en el producto.

Los elementos materiales del entorno cultural están, por tanto, siempre incrustados *en una red social de reglas prácticas*, que *no son externas a los objetos mismos*, continúa Markus. El objeto ha sido creado para su uso apropiado, lo que ha determinado el proceso de su producción y ha quedado incorporado en su estructura física. Por ello estas reglas no son conscientes ni explícitas; están fijadas en las propiedades del objeto. Los productos materiales de las actividades humanas como valores de uso *representan y postulan necesidades (los fines de su utilización) y capacidades (la manera adecuada de su uso) socialmente reconocidas* que deben ser apropiadas, interiorizadas, por los individuos.

*Objetivación y apropiación* son para Marx "determinaciones reflexivas", es decir, que tienen significado sólo en la mutua interrelación. Un producto es una objetivación sólo en referencia a un proceso de apropiación (real o potencial): *las necesidades sociales y las capacidades corporizadas en el producto se transforman, mediante la apropiación, nuevamente en apetencias y habilidades personales vivas*. La socialización del individuo consiste en buena medida en la apropiación práctica del mundo de cosas hechas por la humanidad, lo que constituye la base de la *continuidad histórica* y hace posible el *progreso social*.

El desgaste por el uso de los objetos de hechura humana conlleva la necesidad de (al menos) remplazarlos. Para que este requisito de la supervivencia social sea posible, se requieren proporciones definidas entre los varios elementos del medio creado por el hombre (y las necesidades que satisfacen), por un lado, y los varios tipos de actividad humana [que crean y usan tales elementos], por el otro, así como una correspondencia entre ellos. Mediante mecanismos institucionales diversos, cada sociedad ha de asegurar el mantenimiento de las "proporciones correctas de las diversas funciones del trabajo respecto a las diversas apetencias". Estos mecanismos crean y presuponen la existencia de otro conjunto de reglas asociadas a los objetos de uso humano, reglas que determinan y circunscriben las *condiciones sociales* en las cuales se pueden o no usar los objetos (aplicando las reglas de su uso), a las que Markus llama *normas sociales de empleo*. Mientras las reglas de uso son técnicas y no tienen contenido de valor, las normas sociales permiten, demandan o prohíben prácticas específicas dependiendo del sujeto o de la circunstancia. Así, mientras la regla (implícita) de uso de un cigarrillo es que debe encenderse con fuego y el humo debe ser aspirado, la norma social de su empleo prohíbe fumar a los menores y a todos hacerlo en ciertos lugares. Los objetos de hechura humana adquieren así una *significación social*, en el sentido que pueden o deben ser empleados en ocasiones y situaciones sociales específicas, por personas que desempeñan ciertos roles, para propósitos sociales definidos. Si a través de las *reglas de uso* los productos son postulados como *objetivaciones*, lo que constituye su *contenido material*, a través de las *normas de empleo* aparecen como *portadores* o *materializaciones* de relaciones sociales específicas, que constituyen su "*forma social*".<sup>2</sup>

Markus explica la función social de las normas de empleo con base en sociedades precapitalistas [porque, como argumentará en el Capítulo 3 de su libro, estas normas tienen escasa vigencia en el capitalismo] donde son directas y explícitas, se refieren a todos los objetos de uso (productivo o de consumo) y están inmersas en un amplio marco de derechos y obligaciones mutuas. A través de diversas sanciones establecen una relación entre las formas fijas de actividad y el sistema de necesidades y sus objetos, asegurando la correspondencia entre el "consumo productivo" de objetos [producción] y la "producción consumidora" de individuos [consumo y reproducción de individuos].

Markus hace notar otras diferencias entre ambos tipos de reglas. Mientras las reglas de uso, que definen modos apropiados de actividad intencional en relación con algún objeto de necesidad, tienen un *carácter constitutivo-constructivo*, las normas sociales de empleo, que regulan tales modos de actividad, permitiendo, exigiendo, prohibiendo, tienen un *carácter regulador-restrictivo*. Las reglas de uso casi nunca son formuladas explícitamente, carecen de contenido de valor y no están asociadas a sanciones específicas. Las normas sociales de empleo, en cambio, son con frecuencia explícitas y tienen algún grado de legitimación y justificación a través de la ideología, son de validez obligatoria, regulan conductas correctas e incorrectas, inherentemente cargadas de valor, como expresión de derechos y obligaciones, buenas o malas maneras, y su violación conlleva sanciones.

De manera más general, *las reglas de uso (técnico utilitarias)* definen el universo de capacidades y necesidades que, a la par del universo de objetos producidos, caracterizan *el nivel alcanzado de dominio sobre la naturaleza* alcanzado por una sociedad. Estos universos se constituyen en un fondo común que circunscribe la gama de actividades prácticas significativas posibles, en las cuales cada individuo, mediante su apropiación (desarrollo de necesidades y capacidades) participa. Este fondo común tiene al menos un núcleo -el uso de objetos

cotidianos útiles- *que debe ser igualmente apropiado por cada uno de los individuos normales.*<sup>3</sup> Si bien los elementos individuales de estas reglas por su carácter instrumental no tienen valor específico, *la totalidad de las objetivaciones materiales constituye un valor tan básico que ha de ser tomado como un hecho, como algo que no debe cuestionarse por ningún individuo racional.* La neutralidad valorativa de los objetos de hechura humana como *objetivaciones* se funda en que representan el "elemento dado" de la existencia humana que debe ser asimilado. El cambio en esta materia tiene lugar como *acumulación*, como proceso *continuo* de herencia y de expansión del fondo social de necesidades y capacidades.

Las *normas sociales de empleo de los objetos*, en contraste, aparecen como un mecanismo a través del cual los diversos valores de uso, las necesidades y capacidades, son distribuidos entre grupos de individuos, transformándolos en agentes sociales (por ejemplo, las cajas de herramientas para los hombres, los utensilios de cocina para las mujeres, transformándolos en mecánicos y en cocineras). En correspondencia, en referencia a estas normas, los objetos mismos aparecen bajo cierta definida forma social como su materialización, como objetos que sólo pueden usarse de cierta manera circunscrita (usados, heredados, pero no intercambiados; intercambiados pero contra un grupo específico de valores de uso y con personas pertenecientes a un cierto grupo social, etcétera.)

Después de exponer este importante desarrollo, Markus hace honor a su rasgo esencial de filósofo crítico (y escéptico, diría Agnes Heller) y, como veremos en próximas entregas, lo pone en duda todo y con él, el materialismo de Marx en su conjunto, para preguntarse al final si sigue siendo posible la teoría crítica, es decir, una teoría al servicio de la transformación radical del mundo.

<sup>1</sup> En la entrega anterior presenté las ideas centrales del capítulo 1 de la segunda parte del libro de Markus, *Language and Production* (D. Reidl Publishing Company, Dordrecht, Países Bajos, 1986). No hay traducción al español. Hoy presento las ideas centrales del capítulo II de dicha parte. Aunque en general no pongo entre comillas sus palabras, todo lo que sigue son sus ideas. Mis aclaraciones o comentarios van entre corchetes.

<sup>2</sup> Estas normas, añade Markus, también permean la forma material específica del producto a través de las normas de urbanidad y gusto. [Pero sobre estas últimas normas Markus no abunda].

<sup>3</sup> Hay aquí implícita una fundamentación de la definición de los umbrales de pobreza.

[jbolt@colmex.mx](mailto:jbolt@colmex.mx)