

LA ESCLAVITUD CONTEMPORÁNEA – EL PAPEL DE LA NEUROCIENCIA

Alejandro Teitelbaum

RESUMEN

Si bien subsisten actualmente formas de esclavitud similares a las que existieron en la antigüedad y que afectan, según estimaciones, a unas 20 millones de personas (hombres, mujeres y niños) en todo el mundo, existen formas contemporáneas de esclavitud que involucran a la mayor parte de la humanidad y cuyas bases de sustentación son la propiedad privada de los instrumentos y medios de producción, la organización “científica” del trabajo o “management”, la utilización de la neurociencia al servicio de la tasa de ganancia, las ideologías y culturas dominantes mediatizadas por los oligopolios de la comunicación y la adicción de la gente a los dispositivos –teléfonos móviles multiusos y otros - llamados “inteligentes”.

I. En esta nota no nos referiremos a la esclavitud con las características con que predominó en la antigüedad, pero que todavía subsiste, legalmente, como en Mauritania y en la India, o de hecho en otros lugares y afecta, según estimaciones, a unas 20 millones de personas – hombres, mujeres y niños- en todo el mundo, sino que nos referiremos a la esclavitud contemporánea, inherente a la etapa actual del sistema capitalista y que involucra a la mayor parte de la humanidad.

Y abriremos un paréntesis – en el párrafo IV - acerca del papel desempeñado por algunas utilidades de la neurociencia, como el neuromarketing y la neuroeconomía en la consolidación de la esclavitud contemporánea.

II. La primera manifestación en gran escala de la esclavitud contemporánea fue el taylorismo u “organización científica del trabajo”.

El taylorismo y su aplicación en la práctica, el fordismo, se basa en la idea de hacer del trabajador un mecanismo más en la cadena de montaje: el obrero, en lugar de desplazarse para realizar su tarea se queda en su sitio y la tarea llega a él en la cadena de montaje. La velocidad de ésta última le impone inexorablemente al trabajador el ritmo de trabajo.

El primero en aplicarlo en la práctica fue Henry Ford, a principios del siglo XX, para la fabricación del famoso Ford T. Este trabajo embrutecedor agotaba a los obreros, muchos de los cuales optaban por dejarlo. Ante una tasa de rotación del personal sumamente elevada Ford encontró la solución: aumentar verticalmente los salarios a 5 dólares por día, cosa que pudo hacer sin disminuir los beneficios dado el enorme aumento de la productividad y el pronunciado descenso del costo de producción que resultó de la introducción del trabajo en cadena. Los nuevos salarios en las fábricas de Ford permitieron a sus trabajadores convertirse en consumidores, inclusive de los autos fabricados por ellos.

Los trabajadores, que no se sentían para nada interesados por un trabajo repetitivo que no dejaba lugar a iniciativa alguna de su parte, recuperaban fuera del trabajo su condición humana (o creían recuperarla) como consumidores, gracias a los salarios relativamente altos que percibían. Esta situación se generalizó en los países más industrializados sobre todo después de la Segunda Guerra Mundial y de manera muy circunscripta y temporaria en algunos países periféricos. Es lo que se llamó “el Estado de bienestar”.

“El Estado de bienestar no es, como se oye decir con frecuencia, un Estado que llena las brechas del sistema capitalista o que cicatriza a fuerza de prestaciones sociales las heridas que inflinge el sistema. El Estado de bienestar se fija como imperativo mantener una tasa de crecimiento, cualquiera sea,

siempre que sea positiva y de distribuir compensaciones de manera de asegurar siempre un contrapeso a la relación salarial¹.

El “Estado de bienestar” influyó profundamente en la conciencia de los trabajadores. Lars Svendsen escribe: [los trabajadores] “...terminaron por aceptar la relación salarial y la división del trabajo resultante. Contrariamente a lo que esperaba el marxismo revolucionario, dejaron de cuestionar el paradigma capitalista, contentándose con la ambición más modesta de mejorar su condición en el interior del sistema. Eso significaba también que su esperanza de libertad y de realización personal radicaba en su papel de consumidores. Su objetivo principal pasaba a ser el aumento de sus salarios para poder consumir más”².

Algo similar sostuvieron los fundadores de la Escuela de Frankfurt. Marcuse escribió en el Prefacio de *El hombre unidimensional* (1954) que “es tanto más difícil transpasar esta forma de vida en cuanto la satisfacción aumenta en función de la masa de mercancías”. Ello (la satisfacción instintiva), según Marcuse, “ayuda al sistema a perpetuarse”.

III. El Estado de bienestar se terminó más o menos abruptamente con la caída de la tasa de ganancia capitalista y la consiguiente caída de los salarios reales.

Para dar un nuevo impulso a la economía capitalista y revertir la tendencia decreciente de la tasa de beneficios, comenzó a generalizarse la aplicación de la nueva tecnología (robótica, electrónica, informática) a la industria y a los servicios³.

De modo que la nueva tecnología, la organización “científica” del trabajo y el consiguiente aumento de la intensidad del trabajo, aun manteniéndose el mismo horario de trabajo, incrementa el beneficio capitalista

¹ Dominique Meda, *Le travail, une valeur en voie de disparition*. Ed. Aubier, Paris, 1995, pág. 135.

² Lars Svendsen, *Le travail. Gagner sa vie, à quel prix?* Editions Autrement, Paris, setiembre 2013, pág. 140.

³ “...En toda la historia del capitalismo, desde la gran revolución industrial de fin del siglo XVIII hasta nuestros días, el sistema económico se ha desarrollado por movimientos sucesivos de inversiones y de innovaciones tecnológicas. Esos movimientos parecen principalmente vinculados a las dificultades inherentes al proceso de acumulación del capital: este, en un momento dado, se traba y todo se cuestiona: la regulación, los salarios, la productividad. La innovación tecnológica es una manera de salir de la crisis, pero no viene sola: ella afecta directamente, a veces el nivel del empleo, siempre la organización del trabajo y el control ejercido por los trabajadores sobre su oficio y sobre sus instrumentos de trabajo y por sus organizaciones sobre el nivel de los salarios, sobre la disciplina en el trabajo y la seguridad laboral...”. Alfred Dubuc, *Quelle nouvelle révolution industrielle?* en: *Le plein emploi à l’aube de la nouvelle révolution industrielle*. Publicación de la Escuela de Relaciones Industriales de la Universidad de Montreal, 1982. <https://papyrus.bib.umontreal.ca/jspui/handle/1866/1772>

como plusvalía relativa (menos trabajo necesario y más trabajo excedente). Y si la jornada laboral aumenta también aumenta el beneficio capitalista (plusvalía absoluta como la que el capitalista obtiene durante la jornada normal de trabajo) aunque se mantenga la misma proporción entre trabajo necesario y trabajo excedente. Véase Marx, *El Capital*, Libro I, sección 5, Cap. XIV (Plusvalía absoluta y plusvalía relativa).

La introducción de las nuevas tecnologías requería otra forma de participación de los trabajadores en la producción, que ya no podía reducirse a la de meros autómatas. Había que modificar-perfeccionar el sistema de explotación, pues las nuevas técnicas, entre ellas la informática, requerían distintos niveles de formación y de conocimientos, lo que condujo a que comenzaran a difuminarse las fronteras entre el trabajo manual e intelectual.

Es así como nace el “management” en sus distintas variantes, todas tendentes esencialmente a que los asalariados se sientan partícipes –junto con los patrones– en un esfuerzo común para el bienestar de todos. Esto no implica la desaparición del fordismo, que sigue vigente para las tareas que no requieren calificación y subsiste esencialmente en la nueva concepción de la empresa: el control del personal –una de las piedras angulares de la explotación capitalista– que se realiza físicamente en la cadena fordista de producción, continúa –acentuado– en la era postfordista por otros medios. “*Gracias a las tecnologías informáticas –escribe Lars Svendsen– la dirección puede vigilar lo que sus empleados hacen en el curso de la jornada y cual es su rendimiento*”⁴.

El nuevo “management” apunta a la psicología del personal. Los directores de personal (o Directores de Recursos Humanos) peroran acerca de la “creatividad” y del “espíritu de equipo”, de la “realización personal por el trabajo”, de que el trabajo puede –y debe– resultar entretenido, (“work is fun”) etc. y se publican manuales sobre los mismos temas. Hasta se contratan “funsultants” o “funcilitators” para que introduzcan en la mente de los trabajadores la idea de que el trabajo es entretenido, de que es como un juego (“gamification” –del inglés “game”– del trabajo)⁵.

Si se les pregunta a los asalariados si están satisfechos en su trabajo muchos responderán que sí, que si no trabajaran su vida carecería de sentido. Y esto vale incluso para quienes realizan las tareas más simples. En la cadena fordista la empresa se apodera del cuerpo del trabajador, con el nuevo “management” se apodera de su espíritu. Escribe Svendsen: “*Las motivaciones y los objetivos del empleado y de la organización se presume que están en perfecta armonía: El nuevo “management” penetra el alma de cada empleado. En lugar de imponerle una disciplina desde el exterior, lo*

⁴ Un estudio detallado de la organización del trabajo en las empresas que han incorporado

la robótica se puede encontrar en Benjamín Coriat, *L’atelier et le robot. Essai sur le fordisme et la production de masse à l’age de l’électronique*. Ediciones Christian Bourgois, Francia. 1990. Sobre el mismo tema: de Michel Freyssenet, *Trabajo, automatización y modelos productivos*. Grupo Editorial Lumen, Argentina 2002.

⁵ Véase, en el sitio <http://www.changeisfun.com/about/leslie.html>, la ejemplar biografía y bibliografía de Leslie Yerkes, presidenta de Catalyst. Su biografía comienza así: “La especialidad de Leslie está ayudando a las organizaciones a convertir los retos en oportunidades. Su filosofía es simple: La gente es básicamente buena, bien intencionada, valiente y capaz de aprender, y el trabajo de Leslie consiste en proporcionar un marco en el que la gente puede recurrir a sus propios recursos internos para encontrar soluciones creativas”.

motiva desde el interior”.

Hans Magnus Enzensberger, poeta y ensayista alemán, escribió en el decenio de 1960: “*La explotación material debe esconderse tras la explotación no material y obtener por nuevos medios el consenso de los individuos. La acumulación del poder político sirve como pantalla de la acumulación de las riquezas. Ya no sólo se apodera de la capacidad de trabajo, sino de la capacidad de juzgar y de pronunciarse. No se suprime la explotación, sino la conciencia de la misma*”⁶.

IV. Los mecanismos de manipulación mental son objeto de trabajos académicos y de seminarios internacionales.

En la Universidad de Stanford, California, funciona un *Laboratorio de Tecnología Persuasiva* que dirige B. J Fogg, quien ha escrito un libro cuyo título lo dice todo: *Tecnología Persuasiva: utilizar las computadoras para cambiar lo que pensamos y lo que hacemos (tecnologías interactivas* [Persuasive Technology: Using Computers to Change What We Think and Do (Interactive Technologies)]. También se llama a esta disciplina *captología*.

Del 6 al 8 de junio de 2012 se celebró en Linköping (Suecia) el “VII Congreso internacional sobre tecnología persuasiva”.

En la convocatoria al Congreso se explicaba que “*La tecnología persuasiva es un campo científico interdisciplinario que estudia el diseño de tecnologías y servicios interactivos para cambiar la actitud y el comportamiento de las personas. En él confluyen ámbitos como la retórica clásica, la psicología social y la computación ubicua* ⁷ *y sus especialistas suelen dedicarse al diseño de aplicaciones en dominios como el sanitario, empresarial, de seguridad y educativo. El congreso contará con la información más actual sobre cómo diseñar aplicaciones móviles y basadas en Internet, como por ejemplo juegos móviles y sitios dedicados a las redes sociales, para influir en comportamientos, pensamientos y sentimientos*”.

También las grandes empresas recurren desde hace un tiempo y financian estudios de “neuroeconomía” y de “neuromarketing”.

Con dichos estudios se trata de identificar, apoyándose en algunos aspectos de los trabajos de destacados neurobiólogos como Jean-Pierre Changeux (*El hombre neuronal, El hombre de verdad*) y Antonio Damasio (*El error de Descartes, Spinoza tenía razón*) los mecanismos

⁶ Hans Magnus Enzensberger, *Culture ou mise en condition?* Collection 10/18, Paris 1973, págs. 18-19.

⁷ Computación ubicua o “inteligencia ambiental” es la integración de la informática en el entorno de las personas, de forma que los ordenadores no se perciban como objetos diferenciados.

La persona interactúa de manera natural con los dispositivos informáticos y sistemas computacionales que a su vez interactúan entre sí y puede realizar cualquier tarea diaria a través de dichos dispositivos (encender las luces, poner en marcha la calefacción, el horno de la cocina o el televisor, encender y apagar la computadora en el lugar de trabajo, etc. desde cerca o a distancia).

Estos dispositivos pueden tener una utilidad práctica (como el que impide poner en marcha el

automóvil si el conductor no ha ajustado su cinturón de seguridad, lo que induce un comportamiento positivo) pero por un lado **tienden a convertir al ser humano en un robot más que va perdiendo su capacidad de decisión** y por el otro permiten controlar a distancia todas las actividades, aún las más rutinarias, de las personas.

mentales de la toma de decisiones, entre ellos el papel de la emoción, que analiza Damasio en *El error de Descartes*.

La finalidad es elaborar formas de manipulación mental, por ejemplo a través de la publicidad⁸, para condicionar a la gente de manera que compre determinados productos o servicios. Se trata de crear en los seres humanos reflejos condicionados como hacía Pavlov con sus perros de laboratorio. El neuromarketing ocupa un lugar importante en las escuelas profesionales de marketing. Véase, por ejemplo *Recherche Marketing & Etudes Internet_ Pub et sciences cognitives comment l'émotion dirige notre cerveau.mht* y *Du bon dosage de l'émotion - Stratégies.mht*. Ya no se trata de vender un auto o un yogurt, sino de vender una emoción, un modo de vida. Por cierto que estos métodos de captación de clientela forman parte del marketing político.

El tema de la toma de decisiones en economía tiene alta jerarquía académica: en 2002 recibió el premio Nóbel de Economía un psicólogo, Kahneman, por sus estudios sobre el tema y en 2007 lo recibieron tres economistas Hurwicz, Myerson y Maskin por sus trabajos acerca de la toma de decisiones (véase la nota 7), entre otras cosas, por qué una persona compra una cosa y no otra.

En el mundo empresario se aplican también algunos aspectos de las neurociencias para perfeccionar la conducción de los negocios (liderazgo y toma de decisiones) y, como ya hemos señalado, para la gestión del personal.

V. La mayor parte del beneficio resultante del aumento de la productividad engrosa la renta capitalista y una mínima parte se incorpora al salario, aunque no siempre. Es así como una constante del sistema capitalista es la profundización de la desigualdad en la distribución del producto.

Y del mismo modo, el tiempo social liberado por el aumento de la productividad se distribuye desigualmente: el tiempo que dedican al trabajo los asalariados no disminuye, ni aproximadamente, en la misma proporción en que aumenta la productividad.

A comienzos del siglo XIX (hace 200 años) escribió Hegel: *“El hombre disminuye el trabajo para el conjunto, no para los individuos, para los cuales, al contrario, lo acrecienta, porque cuanto más el trabajo se hace mecánico, menos valor tiene y más el hombre debe trabajar”...“La disminución del valor del trabajo es proporcional al aumento de la productividad del trabajo”...“las fábricas y las manufacturas basan su existencia en la miseria de una clase”* (G.F. Hegel, *Realphilosophie*, 1805-6).

Cabe agregar que pese a que la productividad ha aumentado enormemente en los últimos decenios, como consecuencia del progreso técnico y del aumento de la intensidad en el trabajo y de la jornada laboral, los salarios reales no han seguido –ni aproximadamente– el mismo ritmo de crecimiento. Esto vale también para los cuadros profesionales, cuyos salarios se mantienen congelados y sus condiciones de trabajo no cesan de deteriorarse.

El profesor Pietro Basso en su libro *Temps modernes, horaires antiques. La durée du travail au tournant des millénaires* (Lausanne, Suisse, Editions Page deux, 2005) dice que el aumento de la productividad del trabajo, que debería estar acompañada lógicamente de una reducción del tiempo de trabajo (diario, semanal y anual) y de la reducción de la intensidad del mismo lo que efectivamente ocurrió de manera general hasta culminar en

⁸ Patrick Le Lay, en 2004, siendo Presidente Director General de la emisora de televisión francesa TF1, decía : « Hay muchas maneras de hablar de la televisión. Pero en la perspectiva de los negocios hay que ser realistas: la base del trabajo de TF1 es ayudar por ejemplo a Coca Cola a vender su producto. Para que un mensaje publicitario sea percibido es necesario que el cerebro del espectador esté disponible. Nuestras emisiones tienen por vocación hacerlo disponible...lo que vendemos a Coca Cola es tiempo del cerebro humano disponible”. (09/07/2004 17:24:00 - L'Expansion.com).

el decenio de 1920 cuando las luchas de los trabajadores, ayudadas por el temor de los capitalistas al ejemplo de la Revolución de Octubre en Rusia, lograron la jornada hebdomadaria de 48 horas.

Pero con el fordismo aumentó la intensidad del trabajo, como muestra agudamente Chaplin en el film *Tiempos Modernos*. Desde entonces la jornada de trabajo se mantuvo estable, aunque disminuyó la jornada anual como resultado de las vacaciones más prolongadas y en algunos países disminuyó también la jornada semanal. Pero en los últimos años, pese a que continuó aumentando la productividad, esa tendencia a la reducción de la jornada laboral se invirtió y también aumentó la intensidad del trabajo con el “toyotismo” (“just in time”: producción de lo necesario en función de la demanda de cada momento evitando la acumulación de stocks de mercancías) y con la flexibilidad laboral. Esta tendencia al aumento de la jornada laboral se acentúa a causa de la necesidad que tiene mucha gente de trabajar más tiempo (en el mismo empleo o en un trabajo adicional) a fin de ganar lo mínimo necesario para sobrevivir.

Con el “management” se procura que el trabajador de “cuello blanco”, que es –o tiende a ser– mayoritario en las países más industrializados, centre su vida como persona en el seno de la empresa y llene su tiempo “libre” fuera de ella –orientado por la moda y la publicidad– como consumidor de objetos necesarios e innecesarios⁹ y de distinto tipo de entretenimientos alienantes, como espectador de deportes mercantilizados, de series televisivas, como adicto a juegos electrónicos (verdadero flagelo contemporáneo), etc., en la medida que se lo permiten sus ingresos reales y los créditos que pueda obtener (y que, en tiempos de crisis, no puede rembolsar).

Dicho de otra manera, el sistema capitalista en su estado actual trata de superar sus contradicciones insolubles inherentes a la apropiación por los dueños de los instrumentos y medios de producción y de cambio de buena parte del trabajo humano social (plusvalía) apoderándose de la mayor parte del creciente tiempo libre social (distribución desigual del tiempo libre social ganado con el aumento de la productividad) para “poner plustrabajo”, como escribe Marx en los *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (Grundrisse)* y apoderándose también del escaso tiempo libre particular que les queda a quienes trabajan, mercantilizándolo como objeto de consumo.

De modo que puede decirse que la esclavitud asalariada propia del capitalismo, que pudo entenderse limitada sólo a la jornada laboral, ahora

⁹ Es el llamado efecto de demostración o de imitación, que en el plano económico fue formulado por James Stembler Duesenberry quien se refiere a la tendencia de los miembros de un grupo social a imitar los comportamientos de consumo de la capa de mayores ingresos de ese mismo grupo o de la capa inmediatamente superior para tratar de identificarse con estos últimos (Duesenberry, James, *Income, Saving and the Theory of Consumption Behaviour*. Harvard University Press, 1949). La moda y las marcas promueven ese efecto. En un plano más general, se llama también efecto de demostración o de imitación al hecho de que las clases populares (por lo menos una buena parte de ellas) tienden a imitar los modos de pensar y los comportamientos de las elites dirigentes. Incluso, en no pocos casos, tratan de copiar los comportamientos delictivos de las elites (todos roban yo también), con la creencia de que, como aquéllas, beneficiarán de impunidad.

se extiende a TODO EL TIEMPO de la vida de los asalariados. De alguna manera, ha desaparecido la diferencia entre la esclavitud como sistema prevaleciente en la antigüedad (el esclavo al servicio del amo de manera permanente) y la esclavitud asalariada moderna.

VI. Con la sociedad industrial y la economía de mercado el producto del trabajo dejó de ser la “obra” de una persona para satisfacer inmediatamente sus necesidades y pasó a ser el medio de producir –a las órdenes de un patrón– bienes y servicios destinados al mercado, a cambio de recibir un salario que le permite adquirir los bienes y servicios necesarios para sobrevivir que se encuentran en ese mismo mercado.

Gorz ¹⁰ afirma que el trabajo, cualquiera sea el sistema económico-social, siempre es alienante pues requiere una organización generadora de burocracias jerarquizadas y el trabajador debe someterse a esa organización. Y se remite a las experiencias de los países del socialismo real.

Pero lo que está claro y es indiscutible es que solo se puede superar la contradicción inherente al capitalismo entre el aumento de la productividad y la profundización de las desigualdades sociales suprimiendo la propiedad privada de los instrumentos y medios de producción y de cambio y así, la apropiación privada de la plusvalía.

Eliminando de la jornada de trabajo el trabajo excedente o plustrabajo que constituye el beneficio del capitalista, por un lado, y no agregando plustrabajo (salvo el destinado a la reproducción del capital social) en el tiempo libre así ganado, por el otro. Incrementando de ese modo el tiempo libre para todos, tal como previó Marx en los *Grundrisse* (1857).

Es decir, que aun admitiendo que el trabajo es siempre alienante (aunque puede sostenerse que no lo es para la minoría que realiza su vocación en el trabajo, que puede convertirse en una mayoría en un sistema socialista) la abolición del capitalismo debe implicar un aumento inmediato del tiempo libre social, su redistribución igualitaria y su reapropiación por cada ser humano para su realización personal.

En este último caso cabe hacer la diferencia entre el trabajo impuesto como obligación social (que puede ser alienante aun en un sistema socialista ¹¹) y la ocupación libremente elegida para el tiempo libre (“disposable time”, como escribió Marx en los *Grundrisse*). Tiempo realmente libre que, como hemos señalado antes, ha cesado totalmente de existir en el capitalismo contemporáneo.

De modo que la cuestión que plantearon los fundadores de la Escuela de Frankfurt que Svendsen sintetiza en la frase “*Contrariamente a lo que esperaba el marxismo revolucionario, [los trabajadores] dejaron de cuestionar el paradigma capitalista, contentándose con la ambición más modesta de mejorar su condición en el interior del sistema*” conserva plena actualidad.

En el Primer Manuscrito (El trabajo enajenado), párrafo XXIII, escribe Marx:

Consideraremos ahora más de cerca la objetivación, la producción del trabajador, y en ella el extrañamiento, la pérdida del objeto, de su producto...

¹⁰ André Gorz, *Métamorphoses du travail. Critique de la raison économique*, Gallimard, Paris, 2004. Edición en castellano: *Metamorfosis del trabajo. Búsqueda del sentido. Crítica de la razón económica*. Editorial Sistema. Madrid 1995.

¹¹ Aunque puede sostenerse que en un sistema socialista el trabajo cesa de ser alienante cuando es realizado como resultado de un proyecto decidido en común con un objetivo de interés general.

... En consecuencia, cuanto más se apropia el trabajador el mundo exterior, la naturaleza sensible, por medio de su trabajo, tanto más se priva de víveres en este doble sentido; en primer lugar, porque el mundo exterior sensible cesa de ser, en creciente medida, un objeto perteneciente a su trabajo, un medio de vida de su trabajo; en segundo término, porque este mismo mundo deja de representar, cada vez más pronunciadamente, víveres en sentido inmediato, medios para la subsistencia física del trabajador ¹².

Pero el ser humano no sólo está alienado como productor sino también como consumidor (incitación al consumismo mediante la “tecnología persuasiva” y el neuromarketing)¹³ y asimismo está alienado a las ideologías dominantes, que lo llevan a aceptar el orden capitalista vigente como un hecho natural e inmutable.

A ello contribuye de manera importante la concentración oligopólica de los medios de comunicación de masas (incluida la comunicación electrónica) y de los productos de entretenimiento de masas (series televisivas, música popular, parques de diversiones, juegos de vídeo, filmes, etc.) está en su apogeo. Grandes empresas tienen el control mundial casi total de esos productos, mediante los cuales dictan a los seres humanos cómo deben pensar, qué deben consumir, cómo deben utilizar su tiempo libre, cuáles deben ser sus aspiraciones, etc. Son el instrumento destinado a mantener y consolidar la hegemonía de la ideología y la cultura del sistema capitalista y formidables instrumentos para la neutralización del espíritu crítico, la domesticación y la degradación intelectual, ética y estética del ser humano. Uniformizan a escala planetaria los reflejos y comportamientos del ser humano, destruyendo la originalidad y riqueza de la cultura de cada pueblo. Son los vectores de la ideología del sistema dominante, que filtran la información y que tiñen la información ya filtrada de esa misma ideología en función de sus intereses particulares.-----

¹² Marx, Manuscritos económicos-filosóficos de 1844.

¹³ Marx se refiere a lo que ahora llamamos consumismo en el Tercer Manuscrito (Propiedad privada y comunismo) punto 4: *“La propiedad privada nos ha hecho tan estúpidos y unilaterales que un objeto sólo es nuestro cuando lo tenemos, cuando existe para nosotros como capital o cuando es inmediatamente poseído, comido, bebido, vestido, habitado, en resumen, utilizado por nosotros. Aunque la propiedad privada concibe, a su vez, todas esas realizaciones inmediatas de la posesión sólo como medios de vida y la vida a la que sirven como medios es la vida de la propiedad, el trabajo y la capitalización. En lugar de todos los sentidos físicos y espirituales ha aparecido así la simple enajenación de todos estos sentidos, el sentido del tener. El ser humano tenía que ser reducido a esta absoluta pobreza para que pudiera alumbrar su riqueza interior (sobre la categoría del tener, véase Hess, en los Einnundzwanzig Bogen)”*.