La salida del capitalismo ya ha empezado

André Gorz, *EcoRev'*

mercredi 23 janvier 2013, mis en ligne par Dial

27 de julio de 2008 - *EcoRev'* - La cuestión de la salida del capitalismo nunca ha sido tan de actualidad : se plantea hoy de una manera novedosa y con la necesidad urgente de una radicalidad nueva. Debido a su propio desarrollo, el capitalismo ha alcanzado un límite interno y externo que es incapaz de superar y que le convierte en un sistema que sobrevive gracias a subterfugios a la crisis de sus categorías fundamentales : el trabajo, el valor, el capital.

La crisis del sistema se manifiesta tanto a nivel macro-económico como a nivel micro-económico. La principal causa es el cambio radical tecno-científico que introduce una ruptura en el desarrollo del capitalismo y arruina, con sus repercusiones, la base de su poder y su capacidad para reproducirse. Intentaré analizar esta crisis primero bajo la perspectiva macro-económica [1], y segundo a través de sus efectos en el funcionamiento y la gestión de las empresas [2].

[1] La informatización y la robotización han permitido producir cada vez más mercancías con cada vez menos trabajo. El coste del trabajo por unidad de producto no ha dejado de disminuir y el precio de los productos tiende a bajar. Sin embargo, cuanto más disminuye la cantidad de trabajo para una producción particular, más tiene que aumentar el valor producido por trabajador -su productividad- para que la masa de beneficio no disminuya. Obtenemos por tanto esta paradoja aparente : cuanto más aumenta la productividad, más tiene que aumentar ésta para evitar que el volumen de beneficio disminuya. La carrera hacia la productividad tiende a acelerarse, los recursos humanos a reducirse, la presión sobre el personal a endurecerse, el nivel y la masa salarial a disminuir. El sistema evoluciona hacia un límite interno donde la producción y la inversión en la producción dejan de ser lo suficiente rentables.

Las cifras prueban que se ha alcanzado este límite. La acumulación productiva de capital productivo no ha dejado de experimentar una regresión. En los Estados-Unidos, las 500 empresas del índice Standard & Poor'fs disponen de 631 millones de millones de reservas líquidas ; la mitad de los beneficios de las empresas americanas proviene de operaciones en los mercados financieros. En Francia, la inversión productiva de las empresas del CAC 40 ni siquiera aumenta cuando sus beneficios se multiplican.

Puesto que la producción ya no es capaz de valorizar todos los capitales acumulados, una parte creciente de ellos se queda bajo la forma de capital financiero. Se constituye una industria financiera que no deja de refinar el arte de hacer dinero comprando y vendiendo solamente diversas formas de dinero. El dinero mismo es la única mercancía que produce la **industria financiera** a través de operaciones cada vez más arriesgadas y cada vez menos controlables en los mercados financieros. La masa de capital que la industria financiera drena y gestiona supera desde luego la masa de capital que valoriza la economía real (el total de los activos financieros representa 160.000 millones de millones de dólares, es decir de tres a cuatro veces el PIB mundial). El "valor" de este capital es puramente ficticio ; descansa en gran parte sobre el endeudamiento y el "good will", es decir sobre anticipaciones : la Bolsa capitaliza el crecimiento futuro, los beneficios futuros de las empresas, el futuro alza de los precios inmobiliarios, las ganancias que podrán aportar las reestructuraciones, fusiones, concentraciones, etc.. Las cotizaciones de la Bolsa se hinchan de capitales y de sus plus-valías futuras : los bancos incitan a las familias a comprar (entre otras cosas) acciones y certificados de inversión inmobiliaria, a acelerar así el alza de las cotizaciones, a pedir prestado a sus bancos importes crecientes en la medida que aumenta su capital ficticio bursátil.

La capitalización de las anticipaciones de beneficios y crecimiento mantiene un endeudamiento creciente, alimenta la economía en liquidez, debidos al reciclaje bancario de plus-valías ficticias, y permite a los Estados-Unidos un "crecimiento económico" que, basado en el endeudamiento interno y externo, es claramente el motor principal del crecimiento mundial (incluso del crecimiento chino). La economía real

se convierte en un apéndice de las burbujas especulativas sustentadas por la industria financiera. Hasta el inevitable momento en que las burbujas estallan, arrastran a los bancos hacia bancarrotas en cadena que amenazan de colapsar el sistema mundial de crédito, y que amenazan a la economía real de una depresión severa y prolongada (la depresión japonesa dura ya quince años).

Siempre podremos culpar a la especulación, a los paraísos fiscales, a la opacidad y a la falta de control de la industria financiera (en particular los "hedge funds"), pero la amenaza de depresión, incluso de colapso que pesa sobre la economía mundial, no se debe a la falta de control : se debe a la incapacidad del capitalismo de reproducirse. Sólo se perpetúa y funciona sobre bases ficticias cada vez más precarias. Pretender la redistribución, a través del impuesto, de las plus-valías ficticias de las burbujas precipitaría exactamente lo que intenta evitar la industria financiera : la desvalorización de masas gigantescas de activos financieros y la quiebra del sistema bancario. La "reestructuración ecológica" sólo puede agravar la crisis del sistema. Es imposible evitar una catástrofe climática sin romper de manera radical con los métodos y la lógica económica que impera desde hace 150 años. Si prolongamos la tendencia actual, se multiplicará el PIB mundial por un factor 3 o 4 hasta el 2050. Sin embargo, según el informe del Consejo sobre el Clima de la ONU, las emisiones de CO2 tendrán que disminuir de un 85% hasta esta fecha para limitar el calentamiento climático a 2ºC máximo. Más allá de 2ºC, las consecuencias serán irreversibles y no controlables.

Por tanto el decrecimiento es un imperativo de superviviencia. Pero supone otra economía, otro estilo de vida, otra civilización, otras relaciones sociales. Sin estas premisas, sólo se podrá evitar el colapso a través de restricciones, racionamientos, repartos autoritarios de recursos característicos de una **economía de guerra**. **Por tanto la salida del capitalismo tendrá lugar sí o sí**, de forma civilizada o bárbara. Sólo se plantea la cuestión del tipo de salida y su ritmo con el cual va a tener lugar.

Ya conocemos la forma bárbara. Prevalece en varias regiones de África, dominadas por jefes de guerra, por el saqueo de las ruinas de la modernidad, las masacres y tráfico de seres humanos, en un panorama de hambrunas. Los tres *Mad Max* eran novelas de anticipación. _En cambio, no se suele plantear una forma civilizada de salida del capitalismo. La evocación de la catástrofe climática que nos amenaza conduce generalmente a considerar un necesario "cambio de mentalidad", pero la naturaleza de este cambio, las condiciones que lo hacen posible, los obstáculos que hay que saltar parecen desafiar la imaginación. Proyectar otra economía, otras relaciones sociales, otros métodos y medios de producción y otros modos de vida se tacha de "irrealista", como si la sociedad de la mercancía, del asalariado y del dinero fuera infranqueable. En realidad una multidud de indicios convergentes sugieren que **ya se ha iniciado esta superación** y que las probabilidades de una salida civilizada del capitalismo dependen ante todo de nuestra capacidad de distinguir las tendencias y las prácticas que anuncian su factibilidad.

[2] El capitalismo debe su expansión y su dominación al poder que ha adquirido en un siglo, tanto en la producción como en el consumo. Al privar primero a los obreros de sus medios de trabajo y de sus productos, se ha garantizado progresivamente el monopolio de los medios de producción y ha conseguido subsumir el trabajo. Con la especialización, la división y la mecanización del trabajo en grandes instalaciones, los trabajadores se convirtieron en los apéndices de las megamáquinas del capital. Se tornó así imposible para los productores apropiarse de los medios de producción. Gracias a la eliminación del poder de aquéllos sobre la naturaleza y el destino de los productos, se ha asegurado al capital el cuasi-monopolio de la oferta, es decir el poder de anteponer en todos los ámbitos las producciones y los consumos más rentables, así como el poder de crear los gustos y deseos de los consumidores y la manera con la que iban a satisfacer sus necesidades. Este poder es el que la revolución informacional empieza a agrietar.

En un primer momento, el objetivo de la informatización fue la reducción de los costes de producción. Para evitar que esta reducción de costes conllevara la correspondiente baja de los precios de las mercancías, había que, en la medida de lo posible, sustraerlas a las leyes del mercado. Esta sustracción consistía en conferir a las mercancías cualidades incomparables gracias a las que parecen no tener equivalente y dejan de ser por tanto simples mercancías.

El valor comercial (el precio) de los productos tenía, por lo tanto, que depender más de sus **cualidades inmateriales** no medibles que de su utilidad (valor de uso) sustancial. Estas cualidades inmateriales -el estilo, la novedad, el prestigio de la marca, la rareza o "exclusividad"- tenía que conferir a los productos un estatuto comparable al de las obras de arte. Éstas últimas tienen un **valor intrínseco** : no existe ningún patrón que permita establecer entre ellas una relación de equivalencia o "precio justo". No son por tanto verdaderas mercancías. Su precio depende de la rareza, de la reputación del creador, del deseo del comprador eventual. Las cualidades inmateriales incomparables proporcionan a la empresa productiva el equivalente de un monopolio y la posibilidad de asegurarse una **renta** de novedad, rareza, exclusividad. Esta renta esconde, compensa y a menudo sobrecompensa la disminución del valor en su aceptación económica que la reducción de los costes de producción genera para los productos en tanto que mercancías por esencia intercambiables entre sí según la relación de equivalencia. De un punto de vista económico, la innovación no crea valor : es el medio para crear una rareza fuente de renta y conseguir un sobreprecio en detrimento de los productos competidores. La parte de la renta en el precio de una mercancía puede ser diez, veinte o cincuenta veces más grande que su coste de producción, y no sólo se aplica a los artículos de lujo ; también se aplica a los artículos del día a día como zapatillas de deporte, camisetas, móviles, discos, pantalones vaqueros, etc..

Sin embargo, la renta no tiene la misma naturaleza que el beneficio : no corresponde a la creación de un aumento de valor, de una plus-valía. **Redistribuye** la masa total del valor a favor de las empresas rentistas y en detrimento de los otros ; no aumenta esta masa [1].

Cuando el incremento de la renta se convierte en la meta determinante de la política de las empresas -más importante que el beneficio que, por su parte, choca con el límite interno que hemos indicado antes- la competencia entre empresas descansa ante todo sobre su capacidad y rapidez de innovación. De ella depende ante todo la amplitud de su renta. Por tanto intentan superarse con el lanzamiento de nuevos productos o modelos o estilos, con la originalidad del diseño, con la inventiva de sus campañas de marketing, con la "personalización" de sus productos. La aceleración de la obsolescencia, que va de la mano con la menor durabilidad de los productos y de la menor facilidad para repararlos, se convierte en el medio decisivo para aumentar el volumen de ventas. Obliga a las empresas a inventar continuamente necesidades y deseos nuevos, a atribuir a las mercancías un valor simbólico, social, erótico, a difundir una "cultura del consumo" que apuesta por la individualización, singularización, rivalidad, envidia, es decir, lo que he llamado en otro escrito la "socialización antisocial".

En este sistema todo se opone a la autonomía de los individuos ; a su capacidad de reflexionar juntos sobre sus objetivos y necesidades comunes ; de concertarse sobre la mejor manera de eliminar el despilfarro, de ahorrar recursos, de elaborar juntos, como productores y consumidores, una norma común de lo suficiente -lo que Jacques Delors llamaba una "abundancia frugal". Sin duda alguna, la ruptura con la tendencia del "producir más, consumir más" y la redefinición autónoma de un modelo de vida que aspira a **hacer más y mejor con menos**, supone la ruptura con una civilización donde no se produce nada de lo que se consume y no se consume nada de lo que se produce ; donde los productores y consumidores están separados y donde cada uno se opone a sí mismo ya que es siempre lo uno y lo otro a la vez ; donde todas las necesidades y todos los deseos se centran en la necesidad de ganar dinero y el deseo de ganar más ; donde la posibilidad de autoproducción para el autoconsumo parece fuera de alcance y ridículamente arcaico - sin razón.

Sin embargo, la "dictadura de las necesidades" pierde fuerza. La influencia que las empresas ejercen sobre los consumidores se vuelve más débil a pesar del aumento exponencial de los gastos para el marketing y la publicidad. La tendencia a la autoproducción gana de nuevo terreno gracias al peso creciente que tienen los contenidos inmateriales en la naturaleza de las mercancías. El monopolio de la oferta escapa poco a poco al capital.

No era difícil privatizar y monopolizar contenidos inmateriales mientras los conocimientos, ideas, conceptos utilizados en la producción y concepción de las mercancías se definían en función de máquinas y de artículos en los que se incorporaban para un uso concreto. Máquinas y artículos se podían patentar y la posición de monopolio quedaba protegida. La propiedad privada de los conocimientos y de los

conceptos se hacía posible, ya que eran inseparables de los objetos que les materializaban. Eran un componente del capital fijo.

Pero todo cambia en el momento en que los contenidos inmateriales no son inseparables de los productos que los contienen, ni siquiera de las personas que los poseen ; cuando acceden a una existencia independiente de todo uso particular y se convierten en susceptibles de ser reproducidos en cantidades ilimitadas por un coste ínfimo, tras su traducción en programas. Entonces se pueden convertir en un bien abundante que, por su disponibilidad ilimitada, pierde cualquier valor de cambio y cae en el dominio público como **bien común** gratuito - salvo si se consigue impedirlo al prohibir el acceso y el uso ilimitados para los cuales está hecho.

El problema que enfrenta "la economía del conocimiento" proviene del hecho de que la dimensión inmaterial de la que depende la rentabilidad de las mercancías no es, en la edad de la informática, de la misma naturaleza que éstas últimas : no es **propiedad privada** ni de las empresas ni de sus colaboradores ; no tiene un carácter privatizable y no puede por consiguiente convertirse en una verdadera mercancía. Sólo se puede disfrazar de propiedad privada y mercancía al reservar su **uso exclusivo** a través de artimañas jurídicas o técnicas (códigos de acceso secretos). No obstante este disfraz no cambia nada a la realidad de bien común del bien así disfrazado : sigue siendo una no-mercancía no vendible cuyo acceso y uso libres están prohibidos **porque permanecen siempre posibles**, porque le amenaza las "copias ilícitas", las "imitaciones", los usos prohibidos. Incluso el autodenomidado propietario no los puede vender, es decir transferir la propiedad privada a otro, como lo haría con una verdadera mercancía ; sólo puede vender un derecho de acceso o de uso "bajo licencia".

Así la economía del conocimiento se basa en una riqueza cuya vocación es la de ser un bien común, y los patentes y copyrights que debieran privatizarlo no cambian nada : la era de la gratuidad se expande de manera irrefrenable. La informática y el Internet atacan las bases del reino de la mercancía. Todo lo que se traduce en lenguaje numérico y reproducible, comunicable sin gastos tiende irresistiblemente a convertirse en un bien común, incluso en un bien común universal cuando es accesible a todos y utilizable por todos. Cualquiera puede reproducir con su ordenador contenidos inmateriales como el diseño, planes de construcción o de montaje, fórmulas y ecuaciones químicas ; inventar sus propios estilos y formas ; imprimir textos, grabar discos, reproducir tablas. Más de 200 millones de referencias están actualmente accesibles bajo licencia "creative commons". En Brasil, donde la industria del disco comercializa 15 nuevos discos al año, los jóvenes de las favelas graban 80 discos **por semana** y los difunden en la calle. Las tres cuartas partes de los ordenadores fabricados en 2004 se construyeron en favelas con los componentes de materiales desechados. El gobierno apoya a las cooperativas y agrupaciones informales de autoproducción para el auto-abastecimiento. Claudio Prado, que dirige el departamento de cultura numérica en el ministerio de Cultura de Brasil, hace poco : "El empleo es una especie en vía de extinción. Tenemos la intención de saltarnos esta fase sin interés del siglo **XX** para pasar directamente del siglo **XIX** al siglo **XXI**". Por ejemplo se ha apoyado oficialmente la autoproducción de ordenadores : se trata de favorecer la "apropiación de las tecnologías por los usuarios con un objetivo de transformación social". La próxima etapa será lógicamente la autoproducción de medios de producción. Volveré sobre este tema.

Lo importante por el momento es que la principal fuerza productiva y la principal fuente de rentas caen progresivamente en el dominio público y tienden hacia la gratuidad ; que la propiedad privada de los medios de producción y por tanto el monopolio de la oferta son cada vez menos posibles ; que por consiguiente la influencia del capital sobre el consumo se relaja y éste puede tender a emanciparse de la oferta mercantil. Se trata aquí de una ruptura que ataca la base del capitalismo. La lucha emprendida entre los "programas propietarios" y los "programas libres" (libre, "free", es también el equivalente en inglés de "gratuito") ha sido el inicio del conflicto central de esta época. Se extiende y se prolonga en la lucha contra la mercantilización de las riquezas primas -la tierra, las semillas, el genoma, los bienes culturales, los saberes y las competencias comunes que constituyen la cultura cotidiana y que son las condiciones previas a la existencia de una sociedad. Del resultado de esta lucha dependerá que la salida del capitalismo tenga lugar de forma civilizada o bárbara.

Salir del capitalismo implica necesariamente nuestra emancipación de la influencia que ejerce el capital

sobre el consumo y de su monopolio sobre los medios de producción. Significa restablecer la unidad del sujeto de la producción y del sujeto del consumo y retomar la autonomía en la definición de nuestras necesidades y de su modo de satisfacción. El obstáculo insalvable que el capitalismo había colocado en este camino era el carácter mismo de los medios de producción que había creado : constituían una megamáquina donde todos eran sirvientes y que nos dictaba qué fines perseguir y qué vida llevar. Este periodo llega a su fin. Los medios de autoproducción high-tech convierten la megamáquina industrial en virtualmente obsoleta. Claudio Prado alega "la apropriación de las tecnologías" porque todos pueden apropiarse la clave común de todas : la informática. Porque, como lo pedía Iván Illich, "cada uno puede utilizarla sin dificultad tan a menudo o tan poco como lo desea" sin que el uso que hace de ella usurpe la libertad de otros de hacer lo mismo" ; y porque este uso (se trata de la definición de Illich de las herramientas conviviales) "estimula la realización personal" y amplía la autonomía de todos. La definición que Pekka Himanen da de **la Etica Hacker** es bastante parecida : un modo de vida que antepone "la felicidad de la amistad, del amor, de la libre cooperación y de la creatividad personal".

Las herramientas high-tech existentes o en curso de desarrollo, generalmente comparables a periféricos de ordenadores, apuntan hacia un futuro donde prácticamente todo lo necesario y deseable podrá ser producido en talleres cooperativos o comunales ; donde las actividades de producción se podrán combinar con el aprendizaje y la enseñanza, con la experimentación y la investigación, con la creación de nuevos gustos, perfumes y materiales, con la invención de nuevas formas y técnicas agrícolas, de construcción, de medicinas, etc.. Los talleres comunales de autoproducción estarán interconectados a escala global y podrán intercambiar o poner en común sus experiencias, invenciones, ideas, descubrimientos. El trabajo será productor de cultura, la autoproducción un modo de plenitud.

Dos circunstancias abogan en favor de este tipo de desarrollo. La primera es que existe bastante más know-how, talento y creatividad de lo que la economía capitalista es capaz de utilizar. Este excedente de recursos humanos sólo puede ser productivo en una economía donde la creación de riqueza no se someta a criterios de rentabilidad. La segunda es que "el empleo es una especie en vía de extinción".

No digo que estas transformaciones radicales vayan a tener lugar. Sólo digo que por primera vez podemos querer que se realicen. Los medios existen, así como la gente que los ponen en práctica metódicamente. Es probable que sean los sur-americanos o sur-africanos los primeros que decidan recrear en los suburbios desheredados de las ciudades europeas los talleres de autoproducción de su favela o de su township de origen.

André Gorz, el 17/09/2007.

---

http://ecorev.org/spip.php?article640

Traducción y revisión de **Florent Marcellesi** y **Lara Pérez Dueñas**.

Texto original (francés) : http://ecorev.org/spip.php?article641.

Notes

[1] El valor trabajo es una idea de Adam Smith, que veía en el trabajo la sustancia común de todas las mercancías y pensaba que éstas se intercambiaban según la cantidad de trabajo que contenían.
El **valor trabajo** no tiene nada que ver con lo que entenderíamos hoy en día y que (en el caso de Dominique Méda y otros) se tendría que designar como **trabajo valor** (valor moral, social, ideológico, etc.).
Marx afinó y siguió trabajando en la teoría de A. Smith. Simplificando al máximo, se puede resumir la noción **económica** de la manera siguiente : una empresa **crea valor** al producir una mercancía

vendible con trabajo para cuya remuneración pone en circulación (crea, distribuye) poder adquisitivo. Si su actividad no aumenta la cantidad de dinero en circulación, no crea valor. Si su actividad destruye empleo, destruye valor. La renta de monopolio consume el valor creado en otras partes y se lo apropia.