El discreto encanto de romantizar la explotación laboral y el saqueo de la naturaleza

FERNANDO BUEN ABAD :: 13/04/2025

Desmantelar esa romantización implica despojar al capitalismo de sus relatos sentimentales para exponer con toda crudeza el circo sensiblero al que hemos sido sometidos

Toda una maquinaria de encantamientos distorsivos se dedica a la romantización de la explotación laboral y el saqueo de recursos naturales. Aquí no deben sonar violines melosos. Han desarrollado mecanismos semióticos sofisticados para enmascarar la violencia inherente a la explotación del trabajo y la naturaleza. Entre sus estrategias más eficaces y odiosas se encuentra la romantización de la explotación y el saqueo presentándola como parte del "progreso", el "desarrollo" o incluso la "sostenibilidad" y sus tres categorías fundamentales: la fetichización de la mercancía, la ideología y la hegemonía, y la economía política de los medios de comunicación. Por cierto, Pedro Infante cantaba muy "bonito" en "Nosotros los Pobres".

Quieren que participemos en ese "romance" que se las ingenia para maquillar el fetichismo de la mercancía, y que da dulzura a las emboscadas hasta convertir los productos del trabajo en entidades dotadas de una emoción, aparentemente intrínseca, que oculta de maravilla las relaciones de explotación que los producen. Y celebrar con alegría que se las lleven. Ya nos lo advirtieron hace tiempo: "El carácter misterioso de la forma mercantil consiste, pues, sencillamente, en que refleja a los hombres las características sociales de su propio trabajo como características objetivas de los productos del trabajo mismo, como propiedades sociales naturales de estas cosas" Marx (El Capital, tomo I, cap. 1, sección 4).

Tal amorío, que se aplica a las fuerzas laborales y a las mercancías, también abrasa a la naturaleza. Bosques, ríos y minerales en fuga se convierten en "sentimientos" que, al ser exaltados por el proceso de saqueo, se transforman en bienes afectivos desvinculados de su origen y de la violencia implícita en su secuestro. Así, un diamante deja de ser explotación de las minas africanas y se convierte en símbolo de amor eterno; un "café orgánico" deja de ser el fruto del monocultivo devastador y la miseria campesina y pasa a ser parte de una experiencia emocional "auténtica". Cada mañana, tarde y noche.

Toda esa "vocación" romatizadora del saqueo, expresa la ideología dominante que no se impone únicamente por la fuerza, también se naturalizan con la colaboración de las víctimas. Síndrome San Valentín de Estocolmo. "La conquista del poder cultural precede a la conquista del poder político" Gramsci (Cuadernos de la cárcel, 1930-1935). Esa romantización se adorna con relatos de superación, aventura o incluso heroísmo. La extracción petrolera es presentada como una "hazaña tecnológica" que nos hace sentir orgullosos; los mineros son exhibidos como trabajadores orgullosos de su rol en el "desarrollo" del país.

En sus mercados ideológicos venden el concepto de "vocación": el Amazonas tiene

"vocación" agrícola, la Patagonia tiene "vocación" minera, el Ártico tiene "vocación" petrolera. Con ayuda de sus laboratorios de guerra semiótica han refinado estrategias de legitimación que opera centralmente en la reproducción ideológica del amor por la derrota. "La comunicación no es nunca neutral; forma parte de la lucha de clases y es un espacio estratégico de la hegemonía" Mattelart (Para leer al Pato Donald, 1971).

Ahora resulta que hay un "capitalismo verde", multinacionales como Shell o Coca-Cola han lanzado campañas emocionantes que promueven su imagen de "sostenibilidad", para tapar su depredación. Algunos comercian también con sus "programas de reforestación", y financian documentales sobre el cambio climático para obtener ganancias y subsidios. El capitalismo que destruye el planeta se presenta como un salvador que también comercia con lo destruido. Nada es gratis. Nosotros crecimos con "Pepe el Toro", enternecidos por la musicalización de la miseria. Ellos ganaros fortunas. No compremos más su mito del "progreso" y la "civilización" como justificación del saqueo. Que no nos vendan la explotación como proceso "natural" e inevitable, ni la expropiación de tierras y recursos, disfrazado de "proyecto civilizatorio". No más héroes empresarios que "dominan la naturaleza". "El capitalista no es más que capital personificado (...). Su alma es el alma del capital".

Esa romantización además, suele estar embebida en todo género de cursilerías adornadas con un aura sentimental, impostada, que transforma en sentimientos contradictorios, las relaciones de explotación que lo producen. No basta con vender un diamante, y todo el trabajo que lo convierte en mercancía, hay que mitificarlo como el testimonio eterno del amor verdadero; un perfume no es un simple líquido aromático, sino la esencia de la personalidad y la seducción; un automóvil no es un medio de transporte, es trance de aventuras y libertad. "El capitalismo no sólo vende productos, vende mundos simbólicos en los que las mercancías son la clave de acceso a la felicidad" Mattelart. (Historia de la sociedad de la información, 2002).

Todo sentimiento humano se convierte en mercancía y viceversa. Nos venden emociones de despojo enlatadas y prefabricadas. Amamos consumir porque eso si es sentir, comprar es amar, regalar es redimir. Son sinceros afectos por afectos manipulados. Su romantización contribuye a la construcción de una falsa conciencia, que también ofrecen la ilusión de compromiso moral con quien saquea al planeta mientras se apropia del plus-producto. Desmantelar la romantización de la explotación y el saqueo implica despojar al capitalismo de sus relatos sentimentales para exponer con toda crudeza el circo sensiblero al que hemos sido sometidos con toda su crudeza mercenaria. Desmontar su sentimentalismo impostado y devolver el protagonismo a las relaciones sociales. No más trabajo, y materia prima, esquilmados como si fuese una "historia de amor".

cubadebate.cu

---

https://www.lahaine.org/mundo.php/el-discreto-encanto-de-romantizar