



El consumo en la encrucijada ética

Consumption on Ethical Crossroads

Alba CAROSIO

Universidad Central de Venezuela, Caracas.

RESUMEN

El estudio se orienta a la reflexión ética sobre el consumo contemporáneo, partiendo de la constatación de los peligros y consecuencias de la actual vía civilizatoria. Es evidente que la minoría de habitantes de los países industrializados utiliza los recursos planetarios en niveles tales, que ponen en peligro las condiciones que hacen posible la vida. Y no es posible que esos niveles de abundancia material se puedan extender a toda la población mundial. El modelo del capitalismo se basa en el aumento constante de bienes que propone la utopía de la abundancia infinita. Estimular la compra y aumentar los deseos de consumo supone un conjunto de valores, donde el placer y el tener se presentan como objetivos deseables y centrales en la vida. La era de la abundancia y el consumo necesita un deseo amplio y multiforme centrado en satisfacciones materiales e instantáneas, que uniformizan los modos de gozar a través del mercado. El imperativo del goce crea una moral emocional y festiva, donde los valores éticos deben su legitimidad a un carácter lúdico de complacencia, ligado a la noción de preferencias, que elimina la distinción entre necesidades y deseos. La cultura del consumo ha propagado una racionalidad social que privilegia el presente expresado en beneficio individual y actual, que desvaloriza el

ABSTRACT

This study tends to a ethical reflection on contemporaneous consumption, verifying from beginning the risks and consequences of the present civilizatory way. Clearly the minority of inhabitants of the developed countries is depleting the natural resources at such levels that are endangering the conditions that make life possible. Yet it is not possible to spread these levels of material abundance to the whole world population. The model of capitalism is based on constant increasing of goods, proposed by the utopia of infinite abundance. Stimulation of purchase and raising of consumption wishes, implies a system of values, where to be pleased and to have are displayed as desirable and central to life. The era of abundance and consumption needs a wide and multiform desire, centered on material and instantaneous satisfactions, uniformizing by means of the market the manners of enjoying. The imperiousness of enjoying creates a emotional and festive morality, where the ethical values are legitimated by a playful character of compliance, related to the idea of preferences, therefore eliminating the distinction between wishes and needs. The culture of consumption disseminates a social rationality that favors the present time, expressed on individual and present be-

futuro. La visión hedonista narcisista propone un presente en continuo cambio, escenario del goce personal, que se iguala a la autorrealización personal y al bienestar social. Se propone una revisión que desarrolle una ética del futuro y del cuidado, que conlleve la responsabilidad por el bien común, como condición de posibilidad de la vida humana.

Palabras clave: Consumo, cultura del consumo, consumismo, ética.

nefit, and depreciates the future. The hedonistic narcissistic vision means a continuously changing present time, stage for the personal enjoyment, that equals the personal selfrealization and social well-being.

Key words: Consumption, culture of consumption, consumerism, ethics.

*“No hay naturaleza capaz de alimentar un shopping center del tamaño del planeta”
(Galeano, 2007).*

LA UTOPIA DE LA ABUNDANCIA INFINITA

La industrialización con sus promesas de crecimiento y abundancia de bienes infinitos durante la primera mitad de siglo XX, cubría el mundo con un optimismo ilimitado, y así resultaban invisibles las consecuencias negativas de la industria sobre la naturaleza. Pero a comienzos de los años setenta, a instancias del Club de Roma, investigadores del Instituto Tecnológico de Massachussets (MIT) dirigidos por Dennis Meadows, al realizar un trabajo sobre el desarrollo económico y sus consecuencias, hallaron que el crecimiento demográfico e industrial tenía carácter exponencial, produciendo contaminación y explotación predatoria de los recursos. Los resultados, publicados en 1972 en el libro titulado *Los límites del crecimiento*¹, fueron demoledores: Si el crecimiento seguía al mismo ritmo, en un plazo aproximado de cien años, es decir, en torno al 2070, se habría alcanzado el límite de los recursos de nuestro planeta y en consecuencia la población y la producción decaerían abruptamente en un colapso final.

Los límites del crecimiento es considerado el primer alerta importante y cuestionamiento esencial sobre la vía civilizatoria, porque puso en primer plano las relaciones entre el crecimiento y los negativos impactos ambientales que acorralan y pondrán fin a la civilización. Sin embargo, la preocupación por los impactos del progreso técnico sobre la vida humana, que en cierta manera siempre han estado presentes en los temores de la gente, comenzaron a ser expresados con claridad y fuerza por científicos y pensadores, ante las realidades de la energía nuclear y sus consecuencias, clara y horriblemente escenificadas en las explosiones atómicas² que obligaron a la capitulación de Japón en 1945.

1 MEADOWS, D; MEADOWS D; RANDER J & BEHRENS, W (1972). *Los Límites del Crecimiento*. Fondo de Cultura Económica, México.

2 Las investigaciones sobre energía nuclear, permitieron la construcción del más adelantado dispositivo de destrucción masiva desarrollado a finales de la guerra: la Bomba Atómica. Se emplearon tres de ellas, la primera utilizada en Hiroshima fue llamada Little Boy, la segunda que destruyó Nagasaki, fue bautizada Fat Man, la tercera se lanzó contra la refinería de petróleo japonesa en Tsuchizaki, cerca de Akita, el 14 de agosto.

A pesar de las evidencias de esa capacidad destructiva, en Noviembre de 1952, EE.UU. hizo estallar en una isla del Pacífico la bomba de hidrógeno, 500 veces superior en energía a la temida bomba atómica. En 1961, fue detonada la Bomba del Zar desarrollada por la Unión Soviética que constituyó la mayor explosión nuclear de la historia, en Nóvaia Zemliá, un archipiélago ruso situado en el Océano Ártico. Mientras los norteamericanos realizaban sus otras pruebas en el Área de Pruebas de Nevada³ y en las Islas Marshall, los soviéticos las efectuaron principalmente en Kazajstán. Desde 1945 hasta 2006 se estima que ha habido más de 2000 pruebas nucleares⁴, la gran mayoría detonaciones nucleares durante la Guerra Fría. En 1963 se firmó el Tratado de prohibición de pruebas atmosféricas, espaciales y submarinas; y en 1968, el Tratado de No Proliferación Nuclear, que restringe la posesión de armas nucleares a EEUU, Gran Bretaña, Francia, China y Rusia.

En 1971, Greenpeace se estrena con su primera manifestación contra las pruebas nucleares. En 1972, se realizó la Conferencia de las Naciones Unidas en Estocolmo, del 5 al 16 de junio de 1972; fue el inicio de la preocupación mundial por el Medio Ambiente Humano, que dio lugar a la creación del *Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente*, PNUMA, con sede en Nairobi, Kenia. El primer *Worldwatch Paper*⁵ fue publicado en 1975.

La visión del Club de Roma, que tenía ecos de la teoría de Malthus, generó reacciones porque se trataba de una filosofía que proponía el no-crecimiento de la Humanidad, una visión especialmente limitante para la vida de los pueblos pobres, que tenían una alta tasa de natalidad⁶ y que no habían logrado ni siquiera acceder a los beneficios más básicos de la industrialización moderna. Sin embargo, en 1991, Celso Furtado lo exponía de esta manera:

La importancia del estudio hecho por el Club de Roma radica en el hecho de que en él se abandonó la hipótesis de un sistema abierto en lo concerniente a la frontera de los recursos naturales... (Pues una vez cerrado el sistema (en vista del agotamiento futuro de esos recursos), los autores del estudio se formularon la siguiente pregunta: ¿qué sucederá si el desarrollo económico hacia el cual se movilizan todos los pueblos de la tierra, llega efectivamente a concretarse, es decir si las actuales formas de vida de los pueblos ricos llegan efectivamente a universalizarse? La respuesta a esa pregunta es clara sin ambigüedades: si ello sucediera, la presión sobre los recursos no renovables y la contaminación del medio ambiente serían de

to de 1945. El Presidente Truman (en una transmisión radial al país, desde la Casa Blanca, el 6 de agosto de 1945): "Es una bomba atómica. Es la utilización del poder básico del universo. La fuerza de la cual el sol toma su poder, ha sido enviada a aquellos que llevaron la guerra al Lejano Oriente."

3 El Emplazamiento de Puebas de Nevada una reserva del Departamento de Energía de los Estados Unidos situada en el Condado de Nye, Nevada. En 1990 se firmó el Acta de Compensación de Exposición a la Radiación, que estableció que la población que viviera en el ámbito de alcance de ETS y padeciera determinadas enfermedades pudiera recibir compensaciones; hasta 2006 se habían recibido 2600 reclamaciones.

4 EEUU ha realizado más de 1000 pruebas nucleares, Rusia aprox. 700, Francia aprox 200, Gran Bretaña 45, China 45, Pakistán e India, aproximadamente 5 cada uno.

5 Son documentos de alerta ante los desequilibrios ambientales en todo el mundo.

6 La transición demográfica, que se define como el cambio poblacional que se produce cuando se van registrando tasas más bajas de mortalidad y fecundidad, está avanzada solamente en Argentina, Chile, Cuba y Uruguay, y en el Caribe, en Bahamas, Barbados, Guadalupe, Jamaica, Martinica y Puerto Rico.

tal orden (o, alternativamente, el costo del control de la contaminación sería tan elevado) que el sistema económico mundial entraría necesariamente en colapso ⁷.

Es claro hoy en día que los niveles de utilización de recursos y consumo característicos de la minoría de la población del planeta que habita en los países industrializados, están llevando al límite la capacidad de recuperación de los sistemas ecológicos, poniendo en peligro las condiciones que hacen posible la vida. Y no es posible que esos niveles de abundancia material se puedan extender a toda la población mundial. Y aún más, es claro que aunque los pueblos pobres mantengan su consumo deprimido, el ritmo actual de gasto y obsolescencia propio del consumo de las sociedades, en especial las opulentas, continuará deteriorando el ambiente natural hasta su destrucción.

En 1987, el informe Brundtland *Nuestro Futuro Común* consolidó una visión crítica del modelo de desarrollo adoptado por los países industrializados e imitado por las naciones en desarrollo, destacando la incompatibilidad entre los modelos de producción y consumo vigentes y el uso racional de los recursos naturales y la capacidad de soporte de los ecosistemas. El documento postuló principalmente que la protección ambiental había dejado de ser una tarea nacional o regional para convertirse en un problema global. Todo el planeta debe trabajar para revertir la degradación actual. También señaló que debía dejar de verse al desarrollo y al ambiente como si fueran cuestiones separadas. Signos de alarma universalmente conocidos como la destrucción de la capa de ozono, el efecto invernadero, la devastación de bosques, el empobrecimiento de suelos fértiles, la creciente escasez de agua tanto para la agricultura como para el consumo humano, la acelerada reducción de la diversidad genética, la contaminación del aire y del agua, nos indican que la humanidad está cerca de los límites de una degradación de los sistemas ecológicos, más allá de los cuales podría llegarse a alteraciones irreversibles que harían imposible la vida. ⁸

La racionalidad basada en el progreso, la civilización o el desarrollo, pero principalmente una organización económica que propone y promueve una realización humana vinculada a la posesión de objetos, trató a la naturaleza como objeto de dominio, sin tener en cuenta las consecuencias de la acción humana. Las posibilidades apocalípticas que se han hecho evidentes con la tecnología moderna, nos han enseñado que la visión exclusivamente antropocéntrica podría ser un prejuicio y que al menos, precisaría una revisión. Brundtland propone el concepto de Desarrollo Sustentable, que define como: "El desarrollo que satisface las necesidades básicas y las aspiraciones de bienestar de la población del presente, sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para la satisfacción de sus necesidades y aspiraciones" ⁹.

7 FURTADO, C (1991). *El subdesarrollo latinoamericano, ensayos*. Fondo de Cultura Económica, México, 1, p. 58.

8 LANDER, E (1995). "América Latina: historia, identidad, tecnología y futuros alternativos posibles". In: LANDER, E (1995). *El Límite de la Civilización Industrial*. CLACSO, Buenos Aires.

9 BRUNDTLAND, GH (1988). *Nuestro futuro común*. ONU. Comisión Mundial sobre el medio ambiente y el desarrollo. Editorial Alianza, Madrid, p. 22.

La sustentabilidad del desarrollo sólo se logrará en la medida que se logre preservar la integridad de los procesos naturales que garantizan los flujos de energía y de materiales en la biosfera, y a la vez se preserve la biodiversidad del planeta.

Aunque utilizadas las más de las veces como sinónimos y en forma intercambiable, los conceptos de sustentabilidad y sostenibilidad, que son términos con contenidos programáticos, tienen una diferencia de matiz:

- *Sustentable*: (Del lat. *sustenġare*, *intens. de sustinġere*) hace referencia a una *capacidad*, es una actividad factible de mantenerse, hace referencia a la base física, incluyendo la biológica y económica que permite su desarrollo. Por ejemplo, un sistema de energía solar puede no ser sustentable cuando en fabricarlo se gasta más energía que la que producirá en toda su vida útil.
- *Sostenible*: (Del lat. *sustinġere*) hace referencia a un *proceso*, a la continuidad y perdurabilidad en el tiempo de las actividades y acciones, por ello tiene en cuenta la reproducción y recuperación de los recursos. La sobreexplotación de los recursos, por ejemplo de un acuífero, que lleva a su salinización o agotamiento, es no sostenible. La sostenibilidad incluye la sustentabilidad.

La sociedad de consumo que se desarrolló a partir de la industrialización pretende ser la cristalización del mito de que la modernización se hace dominando a la naturaleza, explotándola. La industria se piensa no solamente como diferente a la naturaleza, sino como contraria, “domesticadora” de la naturaleza, en cuanto la naturaleza es percibida como inhóspita para el ser humano. Por lo tanto, el avance se realiza en pasos sucesivos de un dominio sobre la naturaleza, que como se vería más adelante, significó destrucción y depredación. El mercado, concebido como mercado total que abarca todos los ámbitos de la vida social, se sustenta en el mito del crecimiento sin fin¹⁰, es decir, la utopía de la abundancia infinita.

Los viejos sueños del cuerno de la abundancia¹¹, con imágenes infantiles de pollos asados volando hasta nuestra mesa, están presente en los mensajes que nos envía la industria y su hermana la publicidad. El sueño de la abundancia es común a todas las tradiciones populares del planeta: la rueda mágica, la multiplicación de los panes y los peces, la gallina de los huevos de oro, la cornucopia, la bolsa sin fondo, la mesa que se llena de manjares al conjuro de una palabra. La ciencia y su hermana la técnica, son en el pensamiento moderno, las encargadas de concretar los sueños de abundancia: prometen una vida donde no hay hambre ni enfermedad. El progreso que traía la industrialización podría instaurar la felicidad en la Tierra.

10 LANDER, E (2002). “La Utopía del Mercado Total y el Poder Imperial”, *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*. n.º. 8. 2002. Mayo-Agosto. Faces, UCV, Caracas.

11 En la mitología griega, Amaltea crió a Zeus con la leche de una cabra. En agradecimiento Zeus le dio uno de los cuernos de la cabra, que tenía el poder de dar a la persona que lo poseía todo lo que deseaba.

Para Edgardo Lander el mito del crecimiento sin fin es:

Quizás la idea fuerza más potente del proyecto histórico de la sociedad industrial, tanto en sus versiones liberales como en sus versiones socialistas, ha sido el mito prometeico de la posibilidad del control de la naturaleza para hacer posible el crecimiento sin límite, así como la identificación de la felicidad humana con un bienestar material en permanente expansión. De acuerdo con este mito no existen límites materiales para la manipulación/explotación siempre creciente de los recursos y de la capacidad de carga del planeta Tierra¹².

El mito del crecimiento sin fin es una necesidad del capitalismo en cuanto sistema que avanza sobre la Tierra, colonizando zonas y sociedades en un movimiento que exige siempre más y más lo nuevo. Y en todo caso, como corolario, si hubiera problemas, nuevos avances técnicos encontrarían las soluciones necesarias. La promesa es que la abundancia es nuestro próximo hogar, al que pertenecemos y llegaremos con la ayuda de la tecnología.

La orientación tecnológica y las vías de la industrialización corporativa tal como se han venido desarrollando, se ven como única vía posible para un desenvolvimiento siempre ascendente. Se presenta la tecnología sin condicionantes socio-políticos, como si tuviera un contenido neutro, de manera que la sociedad y sus posibilidades no cuestionan a la tecnología.

Dentro de esta mentalidad, toda tecnología nueva se percibe como progreso, la innovación constituye por sí misma un valor, impulsado por el optimismo de la modernización, porque la idea de progreso material se basa en el modelo del mejoramiento concebido como sustitución continua de objetos. “Con el moderno progreso —como hecho y como idea— surge la posibilidad de concebir todo lo anterior como paso previo hacia lo actual y todo lo actual como paso previo hacia lo futuro”¹³. Lo demás lo hizo el marketing, que nos convence cada día de que lo más nuevo y novedoso es mejor.

La estética y la psicología de la abundancia giran en torno al concepto de novedad. La renovación permanente de las mercancías degrada a los objetos usuales, haciéndolos temporales y efímeros. La novedad se presenta como un camino hacia la emancipación, con confianza en la realización de la utopía de la abundancia. Y para que la novedad y la abundancia puedan realizarse, esta última debe ser infinita. En 1969, Günther Stent, pionero en el campo de la biología molecular y presidente del departamento de neurobiología de la Academia Nacional de Ciencias de los Estados Unidos, escribió un libro titulado *The coming of the Golden Age: a view of the end of progress*¹⁴ en el que planteó que la ciencia estaba tocando su fin, dado que debido a su vertiginosa velocidad de avance, se acerca irremediablemente al momento de su muerte, porque todos los grandes descubrimientos han sido hechos, y ningún principio fundamental ha sido descubierto recientemente. Aseguraba que

12 LANDER, E (2002). *Art. cit.*, p. 56.

13 JONAS, H (1995). *El principio de responsabilidad*. Herder, Barcelona, p. 47.

14 STENT, GS (1969). *The Coming of the Golden Age: A View of the End of Progress*. The Natural History Press, New York.

el desarrollo tecnológico, a partir de cierto nivel, encuentra un tope, más allá del cual no progresa.

La cultura o estética de la abundancia incluye la confianza ciega en la naturalidad y eternidad de las ventajas, y esto a pesar de los muchos signos que anuncian (en el terreno económico, ecológico y también político) el fin de todas las eternidades y de todas las naturalezas. En base a esta confianza, las mercancías se construyen y destruyen constantemente. Santiago Alba Rico muestra como el capitalismo trata a todos los objetos por igual, como objetos de consumo, como “comestibles”, porque no distingue entre cosas de comer, cosas de usar y cosas para mirar:

Pero una sociedad que no distingue entre cosas de comer, cosas de usar y cosas de mirar, porque se las come todas por igual, es una sociedad primitiva, la más primitiva que jamás haya existido, una sociedad de pura subsistencia que necesita convocar toda la riqueza del mundo y emplear todos los medios tecnológicos –ellos mismos objetos de consumo– para su estricta y desnuda reproducción biológica¹⁵.

Una sociedad de consumo no es una sociedad de intercambio generalizado, como se dice, sino de destrucción generalizada, porque los objetos tienen que destruirse para ser reemplazados y mantener la industria en movimiento. La caducidad de los objetos alcanza también a los seres humanos, de allí también la angustia finisecular por mantener los estándares sociales de juventud y competencias profesionales.

La industria automovilística dio forma organizativa (el fordismo) a la expansión capitalista en el Siglo XX y el automóvil se convirtió en el icono máspreciado de la modernidad. Mediante el automóvil el transporte se privatizó y se convirtió en el símbolo de la libertad y la juventud. En la cultura del consumo, los automóviles otorgan identidad a las personas. Como dice Eduardo Galeano: “Esta civilización que adora los automóviles, tiene pánico de la vejez: el automóvil, promesa de juventud eterna, es el único cuerpo que se puede cambiar”¹⁶. Disponer de un automóvil es disponer de una cuota -mínima quizá, pero cuota al fin- de poder. Durante décadas, la industria del automóvil y las industrias relacionadas registraron tasas de crecimiento por encima del promedio. Las ciudades, las estructuras de comunicación y transporte están diseñadas en función del automóvil, es decir, en función de la aceleración y la expansión- mientras dure la provisión de petróleo. La publicidad presenta el automóvil como un bien y un derecho al alcance de todos, pero no lo está, y así es mejor, porque aunque la contaminación ambiental podría ser reducida con la utilización de combustibles limpios, el espacio en las calles y estacionamientos, y el flujo del tránsito que obliga a pasar gran parte de la vida sin salir del auto son de por sí males que indican que más importante que un cambio de tecnologías es un cambio de orientación en los objetivos del progreso.

15 ALBARICO, S (2005). *La miseria de la abundancia*. Conferencia pronunciada en el marco de la VII Conferencia Internacional de Psicología Social de la Liberación. Liberia (Costa Rica). Universidad de Costa Rica. 16-19 noviembre.

16 GALEANO, E (1996). “La religión del automóvil” In: <http://www.ecoportel.net> [Consultado: 10.4.2007].

El problema de los residuos y su eliminación se ha convertido en un problema global que ocasiona un gasto social importante, al igual que un gasto económico a los gobiernos y un costo ambiental para toda la población. El incremento de residuos sólidos, del enorme volumen de basura, es el resultado de procesos industriales y mediáticos que fomentan la cultura de lo desechable y el consumo innecesario:

Revisar el dispositivo de “consumir y desechar” que impulsa la economía industrial de hoy es un cambio con muchas aristas. Subsidios a la extracción de metales, maderas y otras materias primas, publicidad que iguala el valor personal a la posesión de bienes, políticas de uso de la tierra que promueven la tesis de la expansión a través de cultivos intensivos son algunos de los motores que mueven el consumo excesivo¹⁷.

Worldwatch ha documentado el daño causado por el consumo intensivo de combustibles fósiles, productos cárnicos, papel y otras materias y productos. Lo que está siendo cada vez más evidente es que el consumismo o consumo compulsivo de bienes, es la causa principal de la degradación ambiental.

Algunos datos importantes: en 2005, la población urbana del mundo era de 3.18 billones de personas, lo que representaba el 49% de la población total; de ésta, sólo 1.700 millones son consumidores, pero 2.800 millones de pobres viven con menos de 3 dólares diarios. El 15% de la población mundial vive en países de altos ingresos y le corresponde el 56% de todo el consumo del mundo, mientras que al 40% más pobre de la población mundial, que vive en países en desarrollo, le corresponde únicamente el 11%. La huella ecológica de una persona típica en un país de altos ingresos es unas seis veces mayor que la huella ecológica de alguien en un país de bajos ingresos, y mucho mayor aún que la de alguien en los países menos adelantados. Las huellas ecológicas combinadas de los habitantes de una región determinan qué posibilidad hay de salvar la diversidad biológica de esa región o perderla para siempre. La clase mundial de consumidores representa la mayor parte del consumo de carne vacuna, el uso de papel, el manejo de automóviles y el uso de energía en el planeta, así como el efecto resultante de esas actividades sobre los recursos naturales del mundo.¹⁸

Más de un siglo de desarrollo, de búsqueda del crecimiento económico, de marcha hacia un progreso técnico y científico, de industrialización masiva y explotación intensiva de la naturaleza, no ha conducido al esperado porvenir de abundancia. En cambio, las desigualdades económicas entre regiones del mundo, y aún en el seno de espacios nacionales, se han agravado muchísimo; bajo el imperialismo de un pensamiento único consumista, algunas culturas y modos de vida diferentes, han desaparecido; y otras, hoy, están por desaparecer; la destrucción ambiental se ha acelerado.

17 WORLDWATCH INSTITUTE (2007). *Good Stuff? - A Consumption Manifesto: The Top Ten Principles of Good Consumption* In: <http://www.worldwatch.org/node/1470> [Consultado: 11.4.2007].

18 UNPFA (2004). “Población y medio ambiente”, In: *El Estado de la Población Mundial: 2004*. In: <http://www.unpfa.org/swp/2004/espanol/ch3/index.htm> [Consultado: 12.04.2007]

Tres Conferencias Mundiales de la ONU sobre el medio ambiente: *Cumbre para la Tierra* (Río de Janeiro, 1992), *Cumbre para la Tierra + 5* (1997), *Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible* (Johannesburgo, 2002)¹⁹; más varias declaraciones, convenios y pactos: *la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo* (Declaración de Río); *el Programa 21*; *Principios relativos a los bosques*, *el Convenio sobre la Diversidad Biológica* y *la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático y el Protocolo de Kyoto*, parecieran haber dado lugar al surgimiento de burocracias bien pagadas y ONG bien financiadas, nuevas cumbres, numerosos eventos e informes y declaraciones, más que a medidas concretas. Incluso se ve en el mundo desarrollado que sectores del Estado y grupos empresariales dotados de mayor visión de conjunto empiezan a descubrir la importancia de la ecología y del ambientalismo, no sólo como arma política, sino como fuente de ganancias y poder.

Sin embargo, es evidente la necesidad de superar el paradigma que opone cultura y naturaleza, para desplegar una visión de la simbiosis fundamental entre la naturaleza y el ser humano. La naturaleza es fuente de vida (la pachamama, tierra-madre, como dicen los pueblos indígenas de América del Sur). No se puede agredirla ni destruirla, sin atentar contra la vida humana. La naturaleza no puede ser explotada en función de una racionalidad sin ética, característica del tipo de modernidad vinculada económica y culturalmente con el capitalismo. Eso resulta en su destrucción progresiva. El *Grito de la Tierra*, como escribe Leonardo Boff²⁰, se llama hoy desertización, deterioro del clima, gripe aviar, sida. La ecología supone un paradigma nuevo, una forma nueva de organizar el conjunto de relaciones de los seres humanos entre sí y con la naturaleza, en la que el ser humano no se sitúa por encima de ésta, sino que convive con ella, se trata así de percibir la “ciudadanía terrestre”. La vida no aparece en su forma concreta como vida de cada uno de los hombres, sino como vida de la especie humana en la Tierra. Leonardo Boff, junto con los firmantes de la *Carta de la Tierra* piensan que:

La humanidad es parte de un vasto universo evolutivo. La Tierra, nuestro hogar, está viva con una comunidad singular de vida. [...] Los patrones dominantes de producción y consumo están causando devastación ambiental, agotamiento de recursos y una extinción masiva de especies. [...] La elección es nuestra: formar una sociedad global para cuidar la Tierra y cuidarnos unos a otros, o arriesgarnos a la destrucción de nosotros mismos y de la diversidad de la vida. Se necesitan cambios fundamentales en nuestros valores, instituciones y formas de vida. Debemos darnos cuenta de que, una vez satisfechas las necesidades básicas, el desarrollo humano se refiere primordialmente a ser más, no a tener más.²¹

19 Sin contar un número muy elevado de reuniones de diverso tipo, tamaño y color, en especial, sobre el cambio climático y otros temas por el estilo.

20 BOFF, L (2006). *Ecología: Grito de la Tierra, Grito de los Pobres*. Lumen, Buenos Aires.

21 *La Carta de la Tierra*. (2000): en: <http://www.cartadelatierra.org> [Consultado: 12.04.2007].

Desde esta perspectiva, la lucha por un mejor ambiente es un componente central de su lucha contra la pobreza y la miseria. Las luchas ambientalistas de los sectores pobres puede ser un instrumento definitorio de objetivos de calidad de vida, re-expresando la racionalización económica, que circunscribe los objetivos de la sustentabilidad y la democracia a “las fuerzas superiores del mercado”.

Por su parte *el Programa 21*²², en su Capítulo 4º, sobre la evolución de las modalidades de consumo, indica que debe prestarse particular atención a la demanda de recursos naturales generada por el consumo insostenible, así como al uso eficiente de esos recursos, de manera coherente con el objetivo de recortar al mínimo el agotamiento de éstos y reducir la contaminación. Aunque en determinadas partes del mundo el consumo es muy alto, quedan sin satisfacer las necesidades básicas de una gran parte de la humanidad. Por esto, aunque todos los países tienen responsabilidad por lograr modalidades de consumo sostenibles, los países desarrollados deben ser los primeros. Se propone el desarrollo de nuevos conceptos de crecimiento económico sostenible y prosperidad. Dar prioridad al uso óptimo de los recursos y a la reducción del desperdicio al mínimo, mayor eficiencia en el uso de la energía, fomento del reciclaje a nivel de la planificación y del procesamiento industrial a nivel del consumidor, la reducción de material innecesario para envase y embalaje, políticas de compra gubernamental sostenibles, estudio de la relación entre la dinámica poblacional y la sostenibilidad principalmente en las grandes ciudades, son algunos de los lineamientos principales del *Programa 21*.

La economía es determinante de la interacción entre los seres humanos y la biosfera que habitan. La naturaleza en su interacción con la economía desempeña tres funciones básicas:

1. Manantial de vida y de biodiversidad, hábitat de todas las especies vivas y proveedor de servicios ecosistémicos que aseguran la regulación global.
2. Almacén primario de recursos naturales (materias primas y fuentes de energía, nutrientes de la Tierra).
3. Sumidero de calor y residuos²³.

Estas funciones no sólo permiten la actividad humana, también la constriñen, esto es, delimitan las condiciones de posibilidad de cualquier sociedad.

Como sostiene Hinkelammert “No se trata de un simple problema de legitimidad de sociedades, sino de todo un tipo de civilización”²⁴. La sociedad de consumo, el consumismo, es un subproducto del sistema capitalista que genera productos que subyugan. Cuando Reagan, se desplegó toda una cosmovisión del mundo, estaba polarizado entre Estados Unidos, “la ciudad que brilla en las colinas”, es decir el milenio o reino de Dios presente en nuestro mundo, y la conspiración mundial de un reino del mal, con su centro en el Kremlin de Moscú. Transformar lo extraordinario en cotidiano es la vieja fórmula utópica.

22 ONU (1992). *Cumbre para la Tierra. Programa 21*, In: http://www.un.org/esa/sustdev/documents/agenda21/spanish/agenda21_sptoc.htm [Consultado: 12.04.2007].

23 En un sentido amplio, el sumidero restituye el equilibrio, compensa el daño, recupera el estado original; implica procesos que marchan en sentido inverso a la contaminación y a la alteración de la naturaleza.

24 HINKELAMMERT, F (2002). *Crítica de la razón utópica*. Editorial Desclée de Brouwer, Bilbao, p. 84.

Para Hinkelammert, la promesa de salvación del liberalismo tiene cuatro características:

1. La abundancia (satisfacción de los deseos)
2. Promesa: Crecimiento sin fin. Aunque se desencadene calentamiento del planeta, los países ricos encontrarán soluciones.
3. Unidad de la humanidad por medio del mercado.
4. Aceptación de la destrucción del ser humano y de la naturaleza, confiando en las fuerzas salvíficas del mercado, que mediante el crecimiento sin fin, garantizan el camino para superarla.

Con base en estas promesas el liberalismo produce una sacralización de la sociedad existente porque la convierte en utopía, aún presentándose como anti-utópico. Las utopías se vuelven conservadoras cuando sacralizan por utopización la sociedad existente.

El pensamiento conservador no discierne sociedades y no desarrolla ningún criterio de juicio sobre las sociedades diversas. El pensamiento neoliberal, en cambio, es un pensamiento de legitimación de una sociedad específica en contra de otras sociedades. Es específicamente un pensamiento de legitimación de la sociedad burguesa²⁵.

Las tendencias universalizantes y homogeneizantes de la cultura capitalista transnacional se presentan como las únicas válidas y posibles. En el consumo opulento, el ser humano no posee un compromiso con la sustentabilidad, porque la inserción privilegiada en el proceso de acumulación y por ende, en el acceso y uso de los recursos y servicios de la naturaleza, les permite transferir los costos sociales y ambientales de la insustentabilidad a los sectores subordinados o excluidos. El desarrollo es un proceso que canaliza energía hacia ciertas partes del sistema social, permitiendo en ellas aumentos de complejidad y organización, mientras exporta desorden y entropía al resto del mundo²⁶. El modelo de bienestar fordista-fosilista se ha fundado sobre una situación en la que los países productores de materias primas ofrecen al resto del mundo la posibilidad de incrementar su bienestar, pero solamente dentro de ellos, y producir caos en las zonas de extracción. Este modelo fue responsable en forma determinante del enorme aumento del consumo de recursos y de la creciente carga de sustancias tóxicas sobre el entorno natural.

El desarrollo tal como ha sido planteado es un proyecto que ha eliminado estilos de vida sanos y sostenibles y desvía los recursos hacia la producción de mercancías. Se crea una errónea identificación entre mercancía y satisfacción de necesidades. Vandana Shiva²⁷ plantea la existencia de dos concepciones de pobreza: la pobreza como carencia de bienes materiales y la pobreza como desatención de las necesidades básicas. Para Shiva, la subsistencia asociada a las tecnologías tradicionales, no necesariamente implica baja calidad de vida. Los planes de “desarrollo” y de lucha contra la pobreza, dice Vandana Shiva, eliminaron la pobreza en el Sur, enviando a poblaciones enteras a la miseria, es decir, a modos de

25 *Ibid.*, p.133.

26 ALVATER, E (1994). *El precio del bienestar: Expolio del medio ambiente y nuevo (des)orden mundial*. Alfons el Magnànim, Valencia.

27 SHIVA, V & MIES, M (1998). *La praxis del ecofeminismo*. Icaria Editorial, Barcelona.

vida que simultanean consumos superfluos con carencias básicas para la supervivencia. Esta distinción entre pobreza (vida sencilla) y miseria (carencia de lo fundamental) es clave, pues discrimina entre la vida sobria, aunque suficiente y sostenible para el planeta, y la que es éticamente insostenible.

La globalización económica es una guerra contra la naturaleza y la pobreza. Vandana Shiva explica cómo los mercados globales sustituyen a los locales y los monocultivos van reemplazando a la diversidad. El sistema de producción a gran escala y globalizado no es sostenible y se convierte en una fuente de desigualdad económica y de inseguridad alimentaria. A medida que la gente compra los productos sustitutivos importados porque éstos les resultan más baratos, aumenta el excedente de productos locales que quedan sin vender:

La paradoja y la crisis del desarrollo provienen de la errónea identificación de la pobreza percibida culturalmente con la verdadera pobreza material, y la errónea identificación del crecimiento de la producción de mercancías con la mejor satisfacción de las necesidades básicas. En los hechos, hay menos agua, menos tierra fértil y menos riqueza genética como resultado del proceso de desarrollo. Como esos recursos naturales son la base de la economía de subsistencia de las mujeres, su escasez empobrece a éstas y a los pueblos marginados de manera inusitada. Este nuevo empobrecimiento radica en el hecho de que los recursos en los que se basaba su subsistencia fueron absorbidos por la economía de mercado mientras que ellos mismos fueron excluidos y desplazados por ésta²⁸.

Las grandes empresas practican formas de uso no renovable y no sostenible de la tierra, el agua y los recursos genéticos. Investigaciones de FAO han mostrado cómo las pequeñas granjas biodiversas, en igualdad de condiciones, pueden producir cientos de veces más alimentos que los monocultivos grandes e industriales. Además la diversidad es la mejor estrategia para prevenir la desertificación. La diversidad es un indicador de una naturaleza saludable. El modelo económico basado en la subsistencia, que se practica como sobrevivencia en el Tercer Mundo, tiene mucho que enseñar a las sociedades opulentas que con estilos productivos y de consumo desenfrenado degradan la tierra, el aire y el agua. La propuesta es la subsistencia, definida como una vida en la que producción y consumo no estén separados, un sistema que valore y promueva la satisfacción directa de necesidades humanas.

EL SUJETO SEDUCIDO EN EL HEDONISMO NARCISISTA

Para que la oferta de bienes pueda generar ganancia a través de la rápida sustitución de objetos, las mercancías son producidas con obsolescencia programada; y la otra cara necesaria de este modo de producción es la hiperkinesia en el consumo. La abundancia de objetos producidos en serie requiere del apetito creciente de los consumidores para mantener grandes colectivos de clientes. El consumo acelerado, basado en el envejecimiento psicológico que impone la ley del último modelo, promovida por la publicidad, alimenta la dinámica de la producción y asegura el impulso para el crecimiento económico sin límites.

28 SHIVA, V (2004). "La Mirada del Ecofeminismo", *POLIS*, Revista Académica de la Universidad Boliviana de Chile. Vol. 3, nº. 9, 2004. En: <http://www.revistapolis.cl> [Accesado: 21.08.2006].

Estimular la compra y aumentar los deseos de consumo supone un conjunto de valores, donde el placer y el tener se presentan como objetivos deseables y centrales en la vida. La era de la abundancia y el consumo necesitan de un deseo amplio y multiforme centrado en satisfacciones materiales e instantáneas. La cultura del consumo propone un modelo de vida y un tipo de sujeto cuyo bienestar se centra en la posesión de multiplicidad de objetos. El consumo representa el éxito y sirve al objetivo de la autoafirmación individualista.

Los medios de comunicación presentan el modelo de consumo expresado en cantidad y novedad mercantil como equivalente a *la buena vida*; y genera una demanda de placer que no tiene término, porque nunca satisface lo que promete, dado que hay una continua renovación de los deseos. Las mercancías se ofrecen como mediadoras del deseo, y basadas en el deseo las mercancías van colonizando la vida social, donde los deseos se van convirtiendo en necesidades. Y el placer se va convirtiendo en goce. La novedad se hace indispensable porque toda repetición de la experiencia comporta una cierta pérdida de placer.

El mundo consumista es un mundo “positivo”, donde cuenta lo que puede ofrecer alguna utilidad o satisfacción a la avidez poseedora y al deseo indefinido del goce irrestricto. Todo queda referido al mundo de utilidades del sujeto. Éste se constituye en el centro, a cuyos intereses, deseos o caprichos se debe supeditar todo. El mundo de los objetos y de las personas se ve a través de la utilidad, placer y satisfacción que pueden reportar al sujeto.

De tal manera, la visión consumista instrumentaliza las cosas y las personas. Los vínculos humanos se vuelven disolventes. Todo es contingente y superficial. La realidad gira en torno al individuo. El sujeto de la cultura del consumo construye un entorno referido a sus deseos, es una vida vuelta hacia sí misma, que tiene dificultades para el reconocimiento del otro. Por esto es una sociedad donde no hay donación, porque no hay reconocimiento del otro. No vale el encuentro con el otro, sino el logro del propio placer/goce.

En la sociedad de la cultura del consumo, la ética fundamental y la justificación cultural es individualismo hedonista. Para el hedonismo el bien se identifica con el placer (*hedoné*): si gusta, es bueno. La afirmación de que el único bien intrínseco es la emoción placentera, da origen a la tesis psicológica de que lo único por lo que se esfuerzan los individuos es el placer. En términos generales, bienestar subjetivo: lo que queremos es sentirnos bien. Y todo hedonismo es individualismo, porque centra la finalidad en el placer personalmente percibido.

En nuestras sociedades el individualismo se manifiesta en el narcisismo. Cada persona siente que él y sus allegados son el centro de la sociedad, el núcleo de la sociedad. Y además, cada uno de ellos siente que tiene deseos, deseos de determinados placeres; los deseos son infinitos y cada uno entiende que él, sus deseos y la satisfacción de sus deseos constituyen la clave de su sociedad. El narcisista no reconoce los límites entre el yo y la realidad y exige la satisfacción inmediata de los deseos.

En Narciso no se trata de una cuestión de autoamor sino del amor por una imagen especular que se confunde trágicamente con un sujeto real. Narciso niega su verdadero yo y busca fundirse con la imagen que ve. El yo grandioso es un insaciable consumidor de experiencias externas, no busca el ser sino la pose. Lasch²⁹, analizó la Cultura del Narcisismo,

29 LASCH, Ch (1979). *The Culture of Narcissism. American Life in an Age of Diminishing Expectations*. Warner Books, Nueva York.

como el condicionante social característico del *American Way of Life*, que da lugar a la patología propia de la contemporaneidad, donde el consumo es la adormidera que nos sumerge en un presente continuo y cambiante. Planteó que la sociedad en la que las apariencias son fundamentales, y las actividades están subordinadas al logro de signos materiales que aparecen como protección, es una sociedad que vive a la defensiva, porque los signos son tan numerosos y poco transparentes que se vuelven incomprensibles. La cultura narcisista banaliza e instrumentaliza la acción, procura cumplir con los estándares propuestos; la ideología de la preocupación personal, aunque en apariencia profundamente optimista, irradia una profunda desesperación y marcada resignación. Para Lasch, el narcisismo delinea las características de un sujeto contemporáneo fracturado: “El narcisismo no se identifica con la autoafirmación, sino con la pérdida de la identidad. Hace referencia a un yo amenazado por la desintegración y por una sensación de vacío interior»³⁰.

En realidad, se trata del capitalismo de consumo como ambiente socio-cultural de la globalización y sus efectos en la subjetividad, en este contexto se ubican las contradicciones del principio del placer y del mandato del goce.

Para Freud, la cultura reposa sobre la renuncia a las satisfacciones instintivas³¹, exige pesados sacrificios a la satisfacción sexual y a las tendencias agresivas, de manera que genera un “malestar en la cultura” derivado de las normas que impone la sociedad. De manera que a los seres humanos les resulta muy difícil alcanzar dentro de la cultura, el designio de ser felices que impone el principio del placer. El resultado es que “el hombre civilizado ha trocado una parte de posible felicidad por una parte de seguridad”³². El programa de felicidad individual siempre está en pugna con la integración social, Freud textualmente dice:

La evolución del individuo sustenta como fin principal el programa del principio del placer, es decir, la prosecución de la felicidad, mientras que la inclusión en una comunidad humana o la adaptación a la misma aparece como un requisito casi ineludible que ha de ser cumplido para alcanzar el objetivo de la felicidad; pero quizá sería mucho mejor si esta condición pudiera ser eliminada³³.

La cultura se internaliza en el sujeto mediante el superyo³⁴, que impone al yo subordinado como sentimiento de culpabilidad. Para Freud, la cultura domina la inclinación agresiva del individuo “*haciéndolo vigilar por una instancia alojada en su interior, como una guarnición militar en la ciudad conquistada*”³⁵. La conciencia moral exige e impone privaciones y castiga. El super-yo cultural establece rígidos ideales cuya violación es castigada con la “angustia de conciencia”. La cultura entonces, estaría ligada indisolublemente

30 *Ibid.*, p. 84.

31 FREUD, S (1929). *El Malestar en la Cultura*, In: www.librodot.com [Consultado: 26. 2.2007].

32 *Ibid.*, p. 28.

33 *Ibid.*, p. 40.

34 El superyo aparece bajo la forma de la conciencia moral, es la instancia encargada de velar por la satisfacción narcisista del yo, vigilando continuamente al yo actual y comparándolo con el Ideal del Yo, cumpliendo con esto una función reguladora del narcisismo.

35 *Ibid.*, p. 31.

con una exaltación del sentimiento de culpabilidad, que en muchos casos se hace insostenible para el individuo.

La infelicidad, que Freud identifica con la restricción del principio del placer, es intrínseca a la civilización, incluso más notoria en el momento en que la técnica pareciera prometer una completa satisfacción de los deseos humanos, frente a los peligros de la naturaleza hostil. La paradoja es que los seres humanos no pueden vivir sin civilización, pero ésta impone renuncias que generan malestares. En el aparato psíquico conviven la pulsión de vida y la pulsión de muerte (Eros y Tánatos, respectivamente). Eros tiende a unir, a hacer unidades cada vez mayores, mientras que Tánatos, tiende a deshacer esas unidades, a través de la agresión y destrucción del otro. Entonces se ve que si bien las normas culturales imponen renuncias y límites, su ausencia sería no obstante, un riesgo destructivo para la humanidad.

Pero qué propone el capitalismo de consumo, cuáles son los dispositivos del malestar en la cultura en nuestra época. El super-yo freudiano consistía en mandato de renuncia, Lacan reformula el concepto del mandato, mostrando el superyo como pura pasión de goce³⁶, puro imperativo gozante. Pero el superyo actual es más lacaniano que freudiano: sujeto a la ley del *carpe diem* y al imperativo del goce: Goza! El deseo queda subordinado al goce.

Desde esta perspectiva sobre el superyo, "(...) una cultura es un modo común de goce, un reparto sistematizado de medios y maneras de gozar"³⁷. El superyo de la cultura del consumo, alimenta y promueve el goce autista, en tanto el discurso capitalista extrema el valor de la vida material mercantil y sostiene el rechazo al lazo social y al amor. El programa del superyo ya no es ético sino de impulso al goce. El imperativo del discurso cultural contemporáneo es: ¡Debes gozar más!, la falta de goce es la culpabilidad contemporánea.

Este discurso actual opera fundamentalmente el mercado, en tanto mundial, que intenta uniformar los modos de gozar. Los productos de la tecnología bombardean constantemente con una oferta saturada de bienes descartables. El ideal de renuncia ha sido sustituido por el consumismo, y por lo tanto la causa del deseo se bloquea con la invasión de productos del mercado. El problema del deseo infinito es que no encuentra satisfacción, siempre le falta algo, la felicidad es pues una meta imposible.

La seducción del modelo de *buen vida* suprime la autonomía del sujeto y la pluralidad para la sociedad, el narcisismo privilegia la sensación o la experiencia. Los lenguajes de la seducción, con su consiguiente despolitización de la esfera social, hacen crisis y se revela su incapacidad para construir comunidades signadas políticamente por una determinada concepción de futuro. Se forman ciudadanos sin ninguna preocupación social y pública, sin interés por participar en la vida de la comunidad. Ya Lacan había advertido que el goce se había convertido en un factor de la política.

36 En sentido lacaniano, el "goce" es un concepto que incorpora dolor en la satisfacción. Es por ello que Lacan diferencia goce de placer. El placer funciona como un límite al goce, como una ley que le ordena al sujeto gozar lo menos posible. Al mismo tiempo, el sujeto intenta permanentemente transgredir las prohibiciones impuestas a su goce e ir "más allá del principio de placer". Es por ello que el resultado de transgredir esta prohibición no es más placer, sino dolor, dado que el sujeto no puede soportar más allá de cierta cantidad de placer. Es por esta razón que el goce se relaciona con la pulsión de muerte.

37 GOLDENBERG, M (1999). "El Malestar del Otro", In: www.lacan.com [Consultado: 14.04.2007].

El ambiente hedonista narcisista da forma a la sociedad postmoral, no sin moral, sino “sociedad que exalta los deseos, el ego, la felicidad y el bienestar individuales, en mayor medida que el ideal de abnegación”³⁸. El imperativo del goce crea una moral emocional y festiva, donde los valores éticos deben su legitimidad a un carácter lúdico de complacencia.

A partir de este esquema las acciones no se examinan a la luz de una instancia decisoria (sujeto ético o psicológico), sino del placer que reportan: del derecho a la “realización personal” a remolque de los sucesivos “yo” contextuales y superficiales, sin costuras causales, que se suceden en el cuerpo, y de los “deseos” que los dominan. El consumidor hedonista narcisista es también un sujeto caracterizado por un hacer lúdico, en cuanto hacer de disfrute y goce sin consecuencias. La responsabilidad queda reservada para los pueblos no occidentales y en Europa y los EEUU, para los fumadores.

Paradójicamente, la exacerbación del individualismo trae consigo la desaparición del individuo crítico, el que puede separarse de la demanda del mercado, de la exigencia pulsional al consumo. El no-engañado por la ilusión de lo social acaba así preso de los fantasmas del mercado. La sociedad de consumo es religiosa en sentido contrario: en cuanto que el hacer, el saber, el arte y la vida se subordinan al goce.

Cada época tiene su propia enfermedad. En el siglo XIX la represión sexual caracterizó la era victoriana y engendró la histeria. En el capitalismo de consumo, el sexo —como emblema del goce— ha ganado la batalla como infraestructura de los sentimientos. El sexo ya no es revolucionario; por el contrario, no hay nada que sea más parte del ‘*establishment*’ que el sexo. ¿A quién podría ocurrírsele llevar en la actualidad una lucha contra el capitalismo en nombre de la revolución sexual? ¿No es acaso el capitalismo el sistema que ha dado mayor visibilidad al sexo a través de los medios de comunicación? Hoy nos horroriza menos un sadomasoquista que un muchacho virgen de veintitantos años. Nuestra época es perversa no porque haya más travestis, homosexuales y sadomasoquistas, sino porque el sujeto debe relacionarse ahora con una ley que impone y dirige el goce. El imperativo postmoderno ordena al sujeto gozar sexualmente, pero también a no extraviarse en un goce tal que lo involucre con otro. El viagra, igual que las drogas sintéticas más que modernas, es parte de este imperativo, lo que esta pastilla parece decir es: “Ahora no tienes excusa: ¡Goza!, aunque tu cuerpo no lo quiera”.

La civilización moderna en Occidente se basa en el ‘entretenimiento’. Es una cultura de la alegría consumista, de las eternas vacaciones, del turismo, del ocio, del tiempo libre, de las compras sin fin. Los líderes de estos países saben que una sociedad así, hedonista, lo último que quiere saber es sobre víctimas y guerras.

El proceso de la cultura de consumo se da a través de figuras ideológicas de segmentación, los consumidores se agrupan en segmentos alrededor de características variables; exclusión, segregación de grupos humanos; y denegación como incapacidad de reconocimiento de los límites y de los recursos de los sujetos, frente al universo del consumo. Se arrebató a un colectivo de sujetos sus atributos y amalgamados en un imaginario (por ej. lo joven), se distribuyen como bien consumible en el mercado. Así, el capitalismo de consumo consigue el control de la vida social mediante la seducción del sujeto. Construye activa-

38 LIPOVETSKY, G (2003). *Metamorfosis de la Cultura Liberal*. Anagrama, Barcelona, p. 39.

mente su peculiar “nuevo orden”. Forja mentalidades, actitudes culturales, gustos, usos y costumbres; en suma, un inédito sentido común.

La cultura masiva del hedonismo narcisista propone algunas líneas para construir un estilo de vida integrado:

1. *La paz interna como objetivo*: el ser humano se concentra en un egoísmo que lo aleja de lo social y en él debe encontrar su satisfacción y equilibrio.

2. *La personalidad proteica*: con crecimiento hacia todas direcciones, la persona se ve como un universo de posibilidades, el sujeto quiere y puede probarlo todo.

3. *El deseo desenfocado*: se impone saturarse con todas las “experiencias” que están al alcance, saltando de una en otra experiencia sin estar jamás satisfecho, sin hallar nunca más que la satisfacción mínima, concreta e inmediata.

4. *El distanciamiento*: la cultura narcisista no toma nada en serio. La ironía fácil, el cinismo y el desapego están de moda. No hay compromiso.

5. *La vida como supervivencia*: en una sociedad de alta competitividad se trata de sobrevivir; no se trata de modificar la realidad sino de adaptarse a ella lo mejor posible.

6. *La lógica terapéutica*: la terapia se presenta como la vía secular a la sabiduría. El ‘conocimiento de uno mismo’ ha sustituido a la necesidad de creer en objetos, sustancias o ideales externos.

7. *La libertad como elección pura*: todo tiene significado potencial, de manera que “todo vale”. La entronización de la autonomía sin límites ni líneas de valor, conduce al egoísmo generalizado.

Estos lineamientos conducen a una búsqueda afanosa de procedimientos para pasar ratos agradables que son presentados y “vendidos” como felicidad por los libros de autoayuda. La felicidad es la ideología de nuestro tiempo. Los consumidores repiten la literatura de la felicidad y sus consejos: confórmate con poco, disfruta del momento, sé quien eres. La búsqueda de la felicidad forma parte de un proyecto ideológico impresionante, inspirado por las exigencias de la sociedad de mercado. La felicidad entendida y vivida como posesión de objetos (pequeñas felicidades) es el modo de control disciplinario del capitalismo de consumo.

Lo que constituye actualmente un gran mecanismo de poder es el sinóptico, donde en lugar de unos pocos mirando a muchos, como sucedía en el panóptico, tenemos a muchos mirando a unos pocos (ejemplos son: *talk shows*, *reality shows*, programas de prensa rosa). Y el sinóptico no funciona mediante la vigilancia sino mediante la seducción, seducción que nos lleva a adquirir unas determinadas formas de comportamiento en consonancia con la sociedad de mercado. El sinóptico está relacionado con una concepción de deseo como placer inmediato y goce, experiencias y emociones a corto plazo.

Claramente manifiesto está el ambiente mental de la cultura del consumo y los objetivos humanos de la vida contemporánea en estudios acerca de la felicidad como el Barómetro Mundial de la Felicidad, coordinado por Roper Starch Worldwide; en 2006, Adrian White, psicólogo analista social de la Universidad de Leicester, desarrolló el primer ‘mapa mundial de la felicidad’, donde se mide el grado de satisfacción de cada individuo acerca de once aspectos diferentes: la calidad general de su vida, la situación económica del país, su trabajo, la cantidad de dinero en su poder, la cantidad de tiempo libre/ ocio que tiene, su vida sexual, su relación con la familia y los amigos, el papel de la religión en su vida, los bienes materiales que posee, su nivel de confianza en sí mismo y su dominio de la tecnología.

gía. Se conceptualiza la felicidad como la evaluación individual del desajuste entre la situación percibida y las aspiraciones, de manera que ésta se identifica con el concepto de bienestar subjetivo.

NECESIDADES, DESEOS Y PREFERENCIAS

Vivir es un proyecto que tiene condiciones materiales de posibilidad, y que fracasa si no las logra.
Hinkelammert, *Crítica de la razón utópica*.

El concepto de bienestar subjetivo se refiere a la cantidad de bienestar que declaran las personas, ha sido históricamente relacionada con la satisfacción de preferencias o deseos. Pensar el bienestar dependiendo de la satisfacción de las preferencias tiene su origen en el utilitarismo de Jeremías Bentham (1748-1832), que plantea la necesidad de buscar la felicidad para el mayor número de personas. Toda acción individual o grupal puede ser evaluada de acuerdo al grado de felicidad que produce, esta es la norma social para evaluar lo justo y lo injusto, lo correcto y lo incorrecto.

La suma de felicidades individuales produce la felicidad colectiva. Para Bentham, una comunidad es una suma de intereses. El “interés” de la comunidad es la realización de la mayor felicidad que esa comunidad puede alcanzar. Vale decir, la mayor suma posible de felicidades individuales³⁹. La premisa es “cada cual cuenta por uno y nada más que por uno”.

La noción de preferencias elimina la distinción entre necesidades y deseos, porque los sujetos determinan sus preferencias en base a un cálculo de utilidad. Con el fin de elegir lo que es bueno, es necesario establecer un cálculo de placeres y dolores. Placeres y dolores son juzgados según los siguientes criterios: intensidad, duración, certidumbre o incertidumbre, proximidad o alejamiento, fecundidad y alcance. El bienestar dependerá entonces de hasta qué punto se satisfagan las preferencias.

Las nociones de bienestar y satisfacción de preferencias han tenido gran influencia en las mediciones de pobreza e inequidad, así como en las nociones de resultados de impacto de las políticas públicas. Mientras que en algunas perspectivas la evaluación del bienestar sólo puede hacerse desde la perspectiva de las personas, Amartya Sen ha defendido la idea de que hay un grado mínimo de realización de capacidades, por debajo del cual el estado de privación es moralmente inaceptable.

La teoría económica convencional contempla al consumidor como un agente social que toma sus decisiones de manera aislada, racional, perfectamente informado y siendo, en definitiva, dueño exclusivo de todas las circunstancias de las que puede depender su decisión de consumo. Estos supuestos del comportamiento del consumidor enraizan en la ra-

39 Los gobiernos pueden promover felicidades que no se extiendan a todos los gobernados, porque hay una distinción entre los intereses de los gobernantes y los intereses de los gobernados: el hecho de que un gobierno siempre actuará en el sentido de promover los intereses del grupo gobernante es axiomático para Bentham. El problema consistiría en encontrar medios para contener con razonable eficacia la tendencia de los gobernantes a vivir a costa de los gobernados.

cionalidad del «*homo oeconomicus*», que maximiza su propio bienestar individualmente, y por ello el bienestar subjetivo es el indicador de la felicidad social.

La crítica más obvia a la noción de bienestar subjetivo parte de éste se basa en falsas creencias y en falta de información. Las preferencias podrían ser medidas válidas del bienestar siempre y cuando todos los sujetos tuvieran información igual y suficiente. Una visión imperfecta, sesgada o manipulada llevará a preferencias equivocadas. La seducción de los deseos a través de la cultura de consumo constituye el modelo social de canalización y modificación de preferencias del capitalismo contemporáneo.

Además, los deseos y las preferencias se van generando en procesos de aprendizaje y en procesos adaptativos, que se relacionan con la reducción de la frustración y adecuación a las circunstancias en las que transcurre la vida. De acuerdo a esto, hay preferencias que son de un tipo particular y se generan en las personas en forma no consciente, debido al ajuste de los deseos a las posibilidades reales que se tienen. Todos estos aspectos limitan la autonomía de los sujetos en la decisión sobre sus preferencias.

El problema de los límites, la libertad y la autonomía de los sujetos se relaciona con la distinción entre necesidades, deseos y preferencias, en el aspecto individual y en el aspecto social. Incluso las necesidades están mezcladas con la estructura desiderativa del ser humano y generan una pluralidad casi infinita de formas de satisfacerlas, desde las más elementales a las más sofisticadas. ¿De qué hablamos cuando hablamos de necesidades básicas? ¿Qué queremos decir cuando hablamos de deseos? Las necesidades, los deseos y las preferencias están contruidos o mediados social y culturalmente.

Franz J. Hinkelammert se enfrenta con el problema de las necesidades, los deseos y las preferencias y su papel en la reproducción de la vida humana. Como indica el autor: “Vivir es también un proyecto, que tiene condiciones materiales de posibilidad, y que fracasa si no las logra”⁴⁰. La satisfacción de las necesidades es una condición de vida, cualquier proyecto de realización humana tiene como base la satisfacción de las necesidades naturales de reproducción de la vida:

Por esta razón, la negativa a la satisfacción de las necesidades se encubre en nombre de la satisfacción de las preferencias y esconde la reducción del hombre al sujeto práctico enfrentado a fines que se enjuician con neutralidad valorativa. Toda la teoría neoclásica o neoliberal hace hoy en día eso. En función de este encubrimiento se reduce al sujeto, se niega la retroalimentación de la elección de fines por un proyecto de vida y al fin, se niega toda legitimidad de cualquier proyecto de vida. Ciertamente no se puede enjuiciar, teóricamente, las preferencias o gustos, pero sí se puede sostener “teóricamente” que, independientemente de cuáles sean los gustos, su factibilidad se basa en el respeto al marco de la satisfacción de las necesidades. La satisfacción de las necesidades, hace posible la vida; la satisfacción de las preferencias, la hace agradable. Pero para poder ser agradable, antes tiene que ser posible. Cada cual puede hacer su proyecto de vida según su gusto,

40 HINKELAMMERT, F (2002). *Op. cit.*, p. 239.

solamente en cuanto sus gustos y la realización de éstos se basa en la satisfacción de necesidades⁴¹.

Al mirar las cosas desde las preferencias, sin, por lo tanto, una jerarquía de las necesidades de las personas se hace de la vida un asunto que puede ocurrir o no. Las preferencias de unos pueden llevar a la muerte de otros. Se banaliza el problema de la elección, de la libertad de elegir, al no basarla en la satisfacción de las necesidades de todos. El gusto o las preferencias de unos valen así tanto como la vida de otros⁴². El sujeto vivo trasciende al sujeto volitivo, las necesidades trascienden a la elección de los fines.

El proyecto de vida es producto social. El proceso de negación de la satisfacción de las necesidades de algunos es una operación de la lógica social. La satisfacción de necesidades es un resultado social y está determinado por la división social del trabajo y la distribución de los productos generados socialmente. El proyecto de vida de las personas, individualmente consideradas, es realizable en la medida en que las condiciones materiales para su realización hayan sido creadas y puestas a su disposición o acceso por la sociedad. La dominación se basa en el manejo de la distribución de los medios de vida. “Para vivir hay que poder vivir, y para ello hay que aplicar un criterio de satisfacción de las necesidades a la elección de los fines”⁴³.

Además, el paso aparentemente gradual entre necesidades, deseos y preferencias, resulta en el ocultamiento de la precedencia de las necesidades y en la evasión de responsabilidad respecto de la reproducción de la vida de las personas. La pobreza es, en sí misma, una restricción principal a la libertad de las personas y un impedimento importantísimo para su liberación. Cubrir de manera segura y suficiente las necesidades percibidas es un factor, no el único, de libertad humana. Debemos considerar positivamente aquella demanda de consumo asociada a necesidades que proviene de aumentos o cambios de expectativas asociados a una “mejor vida”, a una existencia más satisfactoria, y que están presentes en la búsqueda del acceso a bienes y servicios absolutamente postergados en la medida en que otros consumos básicos no estuvieran resueltos.

La diferenciación entre necesidades, deseos y preferencias nos remite a dos problemas conceptuales centrales:

a. Si siguiendo a la perspectiva del utilitarismo, el fin último de la vida humana es la satisfacción y el logro del placer individual, es decir, un hedonismo narcisista basado en el cálculo de preferencias, la filosofía práctica y las motivaciones de la acción quedarían limitadas al beneficio personal inmediato. No solamente puede verse que en la vida social hay multiplicidad de acciones humanas que no responden a un cálculo inmediato de goce⁴⁴, la

41 *Ibid.*, p. 241.

42 IGUIÑIZ ECHEVERRÍA, J (2003). *De la necesidad a las preferencias: los significados de la libertad*. Documento de Trabajo n°. 226. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

43 HINKELAMMERT, F (2002). *Op. cit.* p. 321.

44 Amartya SEN postula que la búsqueda implacable del bienestar propio no es una buena descripción del comportamiento real de la gente.

paradoja de Arrow⁴⁵ demostró que la maximización de la utilidad no parece ser el mejor camino para construir sociedades de encuentro humano y responsabilidad.

b. ¿En qué lugar se ubicará la línea divisoria que distingue necesidades, deseos y preferencias? Hace ya tiempo que el marketing estableció que su finalidad principal consiste en transformar necesidades en deseos de objetos satisfactorios, que se expresan en preferencias y decisiones. La fuerza con que se expresan algunas preferencias a nivel individual las convierte en necesidades. Por ejemplo, los alimentos específicos con que se satisface la necesidad de comer en las diferentes sociedades tienen fundamentaciones biológicas (contenido nutricional) y también culturales basadas en los hábitos de nuestro grupo étnico y social, y dentro de la sociedad de consumo está mediada por multiplicidad de informaciones, comunicaciones y estrategias promocionales.

Manfred Max-Neef, Antonio Elizalde y Martin Hopenhayn distinguen entre necesidades y satisfactores:

Lo que está culturalmente determinado no son las necesidades humanas fundamentales, sino los satisfactores de esas necesidades. El cambio cultural es —entre otras cosas— consecuencia de abandonar satisfactores tradicionales para reemplazarlos por otros nuevos y diferentes⁴⁶.

Lo que distingue una cultura es la elección de satisfactores, mientras que las necesidades son finitas, los satisfactores cambian históricamente. Cada sistema económico, social y político adopta diferentes estilos para la satisfacción de las mismas necesidades humanas fundamentales. Los satisfactores definen la modalidad dominante que una cultura imprime a las necesidades, se refieren a “todo aquello que, por representar formas de ser, tener, hacer y estar, contribuye a la realización de necesidades humanas”⁴⁷.

El sistema capitalista imprime la forma de mercancía a todos los satisfactores y a la forma de satisfacer necesidades y deseos. El sistema cubre necesidades sólo mientras esto permita la generación de una plusvalía, de un beneficio. La forma de la mercancía capitalista ha invadido todas las áreas del ser humano. La velocidad de la producción de bienes aumenta la dependencia de los mismos, de manera que muchos de ellos ya no se consumen por la satisfacción de necesidades, sino como fines en sí mismos. Es muy difícil preservar el valor de los fines en tal contexto.

45 Kenneth ARROW (1921, Premio Nobel de Economía, 1972) con su Teorema de la imposibilidad, probó matemáticamente que no hay método para construir preferencias sociales con base en preferencias individuales arbitrarias. Su teoría de la imposibilidad, como consecuencia, implica que no se puede diseñar una función de bienestar social que corresponda a las divergentes preferencias personales de los miembros de la sociedad.

46 MAX-NEEF, M; ELIZALDE, A & HOPENHAYN, M (1986). *Desarrollo a Escala Humana una opción para el futuro*. Centro de Alternativas de Desarrollo/Cepaur, Fundación Dag Hammarskjöld, Londres, p. 35.

47 Una idea muy importante que estos autores incorporan al concepto de necesidades es que en la medida en que las necesidades comprometen, motivan y movilizan a las personas, son también potencialidad y, más aún, pueden llegar a ser recursos. La necesidad de participar es potencial de participación, tal como la necesidad de afecto es potencial de afecto.

El consumismo tiene funciones en el sistema social, que determinan una limitación de las potencialidades humanas; ellas son: i) el rol compensador de carencias que tiene el aumento del consumo y la sobre significación de la posesión de bienes y servicios; ii) el materialismo y el deseo inmoderado de posesiones; iii) la necesidad de bienes y servicios para hacer frente a los males que crea el propio desarrollo económico; iv) la insuficiente o no consideración de los efectos ambientales o externalidades negativas del consumo; v) la excesiva interferencia y manipulación del consumo desde los detentadores del capital.

En este contexto, el marketing puede pasar a tener un rol peligrosamente clave en brindar un ‘significado’ a la vida a través del consumo. Y ello nos lleva a plantear un tercer tipo de expansión consumista, esto es, el que emana de un proyecto individual/familiar de ensanchamiento material y de confort incesante. Es decir, el consumo se instala como “sentido de vida”, como motivación central de un proyecto existencial, lo que a su vez podría ser valorado como un empobrecimiento de la idea y de la experiencia de felicidad.

DEL BIENESTAR AL DESARROLLO HUMANO

Amartya Sen⁴⁸ procura superar el arrinconamiento de las concepciones utilitaristas de las motivaciones individuales y las decisiones sociales, llama la atención sobre los valores sociales y su influencia en la economía. Explica que una sociedad basada en la promoción del interés propio y sin valores cooperativos puede ser poco atractiva desde el punto de vista cultural, pero además es una sociedad antieconómica. El utilitarismo no sólo es una ética pobre y mezquina porque afirma que la única razón de la vida es egoísmo y satisfacción del auto interés. Reducir la racionalidad a la simple satisfacción de los intereses individuales es equivocado, porque se puede ser perfectamente racional en la búsqueda del interés del otro, siendo altruista, y se puede ser racional en la búsqueda del interés colectivo. Además, la visión utilitarista del ser humano como egoísta es una concepción estrecha, que conduce a una moral del bienestar individualista, centrada en la satisfacción personal, y en el deseo como fundamento del valor.

La mera posesión de bienes no puede ser el indicador real de bienestar, éstos sólo son medios para el logro del bienestar. Para Sen “los bienes son solamente medios para el bienestar y la libertad y no reflejan la naturaleza de las vidas que la gente involucrada puede llevar”⁴⁹. El bienestar se concibe en términos de lo que una persona puede “realizar”, tomando ese término en un sentido muy amplio. Sen introduce varios conceptos para el análisis del bienestar:

a. Dotaciones: es el conjunto de posesiones o propiedades iniciales con que cuenta una persona (o familia), tales como su fuerza de trabajo, tierras, herramientas, bienes, dinero.

b. Dominio o derecho de uso (*entitlements*): de canastas de mercancías sobre las que se tiene dominio o derecho de uso.

c. Funciones: realizaciones del ser y hacer de las personas, van desde las más elementales como comer bien y no padecer enfermedades evitables, hasta actividades o estados

48 SEN, A (1987). *Sobre ética y economía*. Alianza Editorial, Madrid.

49 SEN, A (1989). “Development as Capability Expansion”, In: GRIFFIN, K & KNIGHT, J (Eds.) *Human Development and the International Development Strategy for the 1990s*. Macmillan, London.

muy complejos, como participación en la vida de la comunidad y logro de auto respeto. Son partes del estado de una persona: en particular, las cosas que logra hacer o ser al vivir.

a. *Capacidades*: capacidad de una persona; se refiere a las diversas combinaciones alternativas que una persona puede hacer o ser: los distintos funcionamientos que puede lograr. Se relaciona con la libertad en cuanto superación del dominio de las circunstancias y el azar. “Los bienes primarios son medios para alcanzar libertades, mientras que las capacidades son expresiones de las libertades en sí mismas”⁵⁰. Se relaciona con el concepto aristotélico de “potencialidad”, puede traducirse también como “capacidad para existir o actuar”. El concepto de capacidades pone énfasis en la expansión de la libertad humana para vivir una vida que se considera valiosa.

Entonces el proceso de desarrollo debe mirarse más bien como un proceso de expansión de las capacidades de las personas, más que sólo como un crecimiento en la disponibilidad de bienes, y ni siquiera es adecuada la medida de distribución del ingreso, ya que es posible incrementar estas capacidades sin incrementar los ingresos. El enfoque sobre las capacidades es diferente de la evaluación utilitarista (más en general, de la evaluación tradicional del bienestar) porque deja lugar para una variedad de actos y estados humanos como importantes en sí mismos, no sólo porque pueden producir utilidad. Para el caso de los alimentos, el ingreso puede ser una buena aproximación al concepto de capacidad de satisfacción, pero para otros componentes de las necesidades básicas de las personas como educación y salud principalmente, la disponibilidad puede no estar ligada con el ingreso.

Amartya Sen distingue el enfoque de las capacidades humanas del enfoque del capital humano, más relacionado este último con el crecimiento económico.

El reconocimiento del papel de las cualidades humanas en la promoción y el sostenimiento del crecimiento económico –por importante que sea– no nos dice nada acerca de por qué lo primero que se busca es el crecimiento económico. Si, en cambio, se da énfasis a la expansión de la libertad humana para vivir el tipo de vida que la gente juzga valedera, el papel del crecimiento económico en la expansión de esas oportunidades debe ser integrado a una comprensión más profunda del proceso de desarrollo, como la expansión de la capacidad humana para llevar una vida más libre y más digna⁵¹.

Estas distinciones conceptuales tienen importantes consecuencias prácticas, porque la prosperidad económica y la abundancia de bienes pueden contribuir a que las personas lleven una vida más realizada “también lo hacen una mayor educación, unos mejores servicios de salud y de atención médica y otros factores que influyen causalmente en las libertades efectivas de las que realmente gozan las personas”⁵². Las capacidades tienen una relación directa con el bienestar, la libertad, la producción económica y el cambio social.

50 *Ibid.*, p. 48.

51 SEN, A (2004). “Capital Humano y Capacidad Humana. Foro de Economía Política”. In: http://www.geocities.com/wallstreet/floor/9680/documentos/Sen_caphum.pdf [Consultado: 16. 04.2007].

52 *Ibidem*.

La creación de capacidades está relacionada con la ampliación de derechos de las personas para acceder a los bienes y servicios que requieren para satisfacer sus necesidades y mejorar sus niveles de bienestar. La finalidad es que los derechos se conviertan en capacidades.

El modelo civilizatorio actual centrado en la cultura del consumo, propone como bienestar—como buena vida— algo que está fuera del alcance de una mayoría de la humanidad, un nivel de adquisición y estilo de vida que corresponde a los sectores prósperos de las sociedades industriales contemporáneas. En esta perspectiva, la pobreza se construye de dos maneras: mediante la apropiación profundamente desigual de los recursos y también con la caracterización de lo que se considera pobreza, la carencia de “determinados” bienes de consumo⁵³.

Max-Neef, Elizalde y Hopenhayn postulan que la interrelación entre necesidades, satisfactores y bienes económicos es permanente, dinámica e histórica. Esta causalidad recíproca da lugar a estilos de desarrollo. Es necesario “romper con modelos imitativos de consumo, no sólo conjura la dependencia cultural sino que hace posible además un uso más eficiente de los recursos generados en la periferia”⁵⁴. Proponen el concepto Desarrollo a Escala Humana, comprometido con la actualización de las necesidades humanas tanto de las generaciones presentes como futuras, donde se articule la planificación con la economía y se promueva la autodependencia económica.

La finalidad del Desarrollo a Escala Humana se centra en la constitución de grupos, comunidades y organizaciones con capacidad para forjar su autodependencia. Los espacios locales son el ámbito donde desarrollo personal y desarrollo social mejor pueden reforzarse entre sí. Se requiere estimular el protagonismo de los sujetos para que hagan de la autodependencia su programa. Es fundamental armar redes sociales horizontales, para desarrollar el apoyo mutuo y los proyectos compartidos. Así: “Sólo un estilo de desarrollo orientado a la satisfacción de las necesidades humanas puede asumir el postergado desafío de hacer crecer a toda persona y a todas las personas”⁵⁵.

El desarrollo se aprecia como algo más cualitativo que cuantitativo, como algo que no se puede reducir a simple medición. El desarrollo humano mediante la creación de oportunidades sociales contribuye a la expansión de las capacidades humanas y a la mejora de la calidad de vida. Los seres humanos son el fin último del desarrollo.

Estos dos enfoques, el enfoque de Expansión de Capacidades de Amartya Sen y el de Desarrollo a Escala Humana de Manfred Max-Neef, han redefinido el concepto de desarrollo, introduciendo diferencias substanciales. Estos enfoques trascienden el ámbito de la economía y trasladan el énfasis puesto en los bienes, hacia las personas y sus posibilidades de realizarse plenamente como tales. Los bienes pasan a ser instrumentos y no fines en sí mismos, el fin son los sujetos. Los incrementos del consumo deben estar relacionados con el desarrollo humano.

53 LANDER, E (1995). *Op. cit.*, pp.10-11.

54 MAX-NEEF, M; ELIZALDE, A & HOPENHAYN, M (1986). *Op. cit.*, p. 55.

55 *Ibid.*, p. 92.

Para el PNUD el desarrollo es mucho más que el aumento o la caída de los ingresos nacionales. Se relaciona con crear un entorno en el cual las personas puedan desarrollar completamente su potencial, y llevar vidas productivas y creativas de acuerdo a sus necesidades e intereses. El PNUD define el Desarrollo Humano como el proceso de ampliación de las opciones de la gente para llevar la vida que ellos valoran.

El PNUD sostiene que el concepto de “Desarrollo Humano” no comparte con las teorías de capital humano el que las personas sean medios de producción y no objetivos finales. Se diferencia de los enfoques de bienestar que consideran a las personas como beneficiarios del desarrollo y no como participantes en él y que enfatizan políticas distributivas. Va más allá del enfoque de necesidades básicas, ya que éste se centra en la provisión de bienes básicos más que en el tema de las posibilidades de elegir.

Curiosamente, a la par que se extendía la ola neoliberal apoyada en la globalización, el primer Informe sobre Desarrollo Humano fue lanzado en Londres el 24 de mayo de 1990, y exploró la relación entre crecimiento económico y desarrollo humano. En él se sostenía que el proceso de desarrollo ha tenido un éxito espectacular, y que “los países en desarrollo han logrado en los últimos 30 años el tipo de progreso humano real que los países industrializados demoraron casi un siglo en lograr”⁵⁶. También se afirmaba que la cooperación internacional había marcado la diferencia. A pesar de esto, allí se reconoce que es incorrecto considerar la mitigación de la pobreza como un objetivo distinto del desarrollo humano, para lo cual es necesario modificar las estrategias de crecimiento. Se postula que no es posible pretender que los mercados por sí solos puedan dar lugar a patrones equilibrados de crecimiento económico y desarrollo humano. Más bien se propone una mezcla juiciosa de eficiencia de mercado y solidaridad social, explicitada de la siguiente manera: “Los elementos de dicha estrategia son: empoderar a los grupos más débiles, canalizar el crédito hacia los pobres, construir coaliciones basadas en un interés común, compensar a los grupos en el poder y coordinar las presiones externas”⁵⁷.

También se señalan importantes barreras para el desarrollo humano: niveles de pobreza por debajo de la dignidad, brecha de ingresos entre ricos y pobres (los mil millones más ricos reciben 150 veces más que los mil millones más pobres), minorías discriminadas y excluidas.

Desarrollo Humano ha sido un concepto en evolución, se ha ampliado y profundizado el criterio básico, para incluir los siguientes aspectos:

- *Potenciación*: se centra en el aumento de la capacidad de la gente para desarrollar libre y activamente una vida con plenitud. Pero la gente puede ejercer pocas opciones si no está protegida contra el hambre, la necesidad y la privación.
- *Cooperación*: la cohesión social basada en la cultura y en valores y creencias compartidos se traduce en desarrollo humano individual.
- *Equidad*: la justicia de dar a cada quien lo que le pertenece, reconociendo las condiciones o características específicas de cada persona o grupo humano (sexo, género,

56 UL HAQ, M (1995). *Reflexiones sobre Desarrollo Humano*. United Nations Development Programme (PNUD). Oxford University Press, New York.

57 *Ibid.*, p. 38.

clase, religión, edad). La equidad se sitúa en el marco de la igualdad, pero subraya la importancia de la igualdad de *resultados*; es decir, abandera el tratamiento diferencial de grupos para terminar con la desigualdad y fomentar la autonomía.

- *Sustentabilidad*: así el Desarrollo Humano satisface las necesidades de la generación actual sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras.
- *Seguridad*: frente a riesgos ambientales y sociales. En el enfoque de desarrollo humano se insiste en que todos deben disfrutar de un nivel de seguridad mínimo.

En 1998, el Informe sobre Desarrollo Humano del PNUD se dedicó al tema del consumo. El consumo ha crecido en el siglo XX a niveles sin precedentes (seis veces el de 1950), de modo que en algunos aspectos está socavando la perspectiva de un desarrollo sostenible para todos. El Informe señala que la tendencia observada hasta ahora no tiene por qué ser el patrón de desarrollo futuro, y que un cambio en el esquema actual de consumo es necesario para fomentar el desarrollo humano. En resumen, se requiere que el consumo satisfaga cuatro condiciones:

- *Compartido*: satisfacer las necesidades básicas de todos.
- *Fortalecedor*: desarrollar las capacidades humanas.
- *Socialmente responsable*: para que el consumo de unos no ponga en peligro el bienestar de otros.
- *Sostenible*: sin comprometer las opciones de las generaciones futuras.

El modelo de consumo actual atenta contra el desarrollo humano, ya que su crecimiento desenfrenado contribuye a la exclusión, pobreza y desigualdad, además de crear una presión social para poseer cada vez más bienes materiales. Adicionalmente, el amplio comercio internacional ha contribuido a mermar la protección e información de los consumidores frente a los bienes que compran.

El Informe de Desarrollo Humano 1998⁵⁸, muestra algunas desigualdades brutalmente claras:

- El 20% de los habitantes de los países de mayor ingreso hacen el 86% de los gastos de consumo y el 20% más pobre, un minúsculo 1,3%.
- La quinta parte más rica consume el 45% de toda la carne y el pescado; la quinta parte más pobre, el 5%.
- La quinta parte más rica consume el 48% de la energía; la quinta parte más pobre: el 4%.
- La quinta parte más rica tiene el 74% de toda las líneas telefónicas; la quinta parte más pobre, el 1,5%.
- La quinta parte más rica consume el 87% de toda la flota de vehículos; la quinta parte más pobre, menos del 1%.

58 PNUD/Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. *Informe sobre Desarrollo Humano 1998*. *Mundi-Prensa Libros*, Madrid.

Pese al consumo elevado, en todos los países industrializados hay pobreza y privación y en algunos está aumentando: entre el 7% y 17% de la población de los países industrializados es pobre.

Por otra parte también queda claro que el daño ambiental que genera el consumo recae con mayor fuerza sobre los pobres: un niño nacido en un país industrializado agrega más al consumo que 50 niños nacidos en los países pobres. La deforestación se concentra más en los países pobres. Los pobres son quienes sufren los efectos de los desechos domésticos mal tratados, de la contaminación producida por las fábricas⁵⁹, países pobres se convierten en los vertederos de desechos tóxicos de países industrializados.

También se muestran evidencias de clases cosmopolitas mundiales que tienen los mismos patrones de consumo centrado en un “estilo de vida de los ricos y famosos”. El aumento de nivel del sueño estadounidense está generando presiones sobre el gasto en los hogares y produciendo endeudamiento basado en exigencias culturales de consumo conspicuo.

Es necesario aumentar el consumo de los pobres, pero bajo pautas de crecimiento más propicias al medio ambiente y a los seres humanos. Los países ricos también deben tomar medidas estratégicas para reducir el consumo conspicuo.

El Informe de Desarrollo Humano plantea un programa de acción con cinco objetivos:

1. Aumentar los niveles de consumo de los más de mil millones de pobres, que no pueden satisfacer sus necesidades básicas.
2. Avanzar hacia pautas de consumo sostenibles que reduzcan el daño ambiental y contemplen la recuperación y renovación de los recursos naturales.
3. Proteger y fomentar el derecho de los consumidores a la información.
4. Desalentar pautas de consumo que tienen efectos negativos sobre la sociedad y refuerzan la pobreza.
5. Lograr que se reparta de forma más equitativa la carga internacional para reducir la pobreza y el daño ambiental.

Las medidas de política pública que se sugiere a los estados son: tener como objetivo explícito garantizar un consumo mínimo para todos; fomentar la producción y distribución locales para alcanzar la seguridad alimentaria; priorizar el gasto público en servicios sociales básicos: educación, salud, agua limpia y saneamiento; infraestructura de transporte y energía para la gente, es decir, transporte público, pistas para bicicletas y peatones y energías renovables en la zona rural; incentivos para desarrollar “bienes para pobres”, tales como viviendas de bajo costo, ahorro energético y sistemas de administrados de alimentos; instituciones y marcos jurídicos que garanticen el derecho a la vivienda, a la propiedad común y al crédito. Es necesario concentrar esfuerzos en tecnologías que satisfagan las necesidades de los pobres: tecnologías limpias, sencillas y de bajo costo.

59 Los pobres viven más cerca de las fábricas, el desastre de Bhopal (India) en 1984, tuvo un impacto mucho mayor en un conjunto de pobladores ilegales que vivían en terrenos aldeaños.

En una contribución especial escrita por John Kenneth Gailbraith para el *Informe de Desarrollo Humano 1998*, se dice:

(...)Ha habido una preocupación en evolución acerca de estos problemas; desgraciadamente, no se ha progresado al mismo ritmo que la retórica. El problema no es económico; se remonta a una parte mucho más profunda de la naturaleza humana. A medida que la gente es afortunada en cuanto a su bienestar personal, y a medida que los países son igualmente afortunados, existe una tendencia común a desconocer a los pobres, o a formular alguna racionalización acerca de la buena suerte de los afortunados. Se asigna responsabilidad a los propios pobres. La pobreza es a la vez inevitable y en cierta medida merecida. Los individuos afortunados y los países afortunados disfrutaron de su bienestar sin carga de conciencia, sin una sensación inquietante de responsabilidad⁶⁰.

En este sentido, el Informe se pronuncia por la necesidad de aumentar la solidaridad social, frente al aumento de conductas patológicas fomentadas por la valoración de los seres humanos centrada en el tener.

Otro aspecto importante, es la relación entre información y consumo. La fuente predominante de información sobre los productos es la publicidad⁶¹, que debe estar sujeta a control para evitar que sea engañosa. Además, el uso indebido de productos desconocidos ha sido siempre fuente de desastres sociales, por ejemplo: el alcohol que se trajo a América en el Siglo XVII produjo alcoholismo generalizado y arraigado, hubo fórmulas de leche infantil que se llevaron a aldeas sin acceso a agua limpia, etc. El acceso a la información y a la publicidad compete con el acceso a la escuela. Sostiene el Informe PNUD: “Los niños constituyen un segmento importante del mercado de consumo, pero la sociedad tiene el deber de educarlos, no de explotarlos”⁶².

La conclusión general es que el poder social del consumo lleva más bien a la exclusión que a la inclusión. Una de las mayores prioridades consistirá en informar a los consumidores sobre las consecuencias reales de su consumo. La prioridad es una población bien educada, impulsada por valores humanos, no por la adquisición material ni por los dictados del mercado⁶³.

El concepto de Desarrollo Humano Sostenible nos entrega un elemento normativo para la acción; es la mejor y más eficiente elección social que puede hacer una sociedad, porque tiene por meta promocionar la calidad de la vida de la gente, en la medida que ésta conjuga libertad real para elegir los propios proyectos de vida, y justa distribución y capacidades para lograrlo.

60 KENNETH GAILBRAITH, J (1998). *PNUD: Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo Humano. Informe sobre Desarrollo Humano 1998*. Ed. cit., p. 42.

61 El gasto mundial en publicidad ha aumentado siete veces desde 1950.

62 Suecia ha prohibido la publicidad dirigida a los niños.

63 *PNUD: Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo Humano*. Ed. cit., p. 105.

ÉTICA DEL FUTURO

La cultura del consumo ha propagado una racionalidad social que privilegia el presente expresado en beneficio individual y actual, que desvaloriza el futuro. La visión hedonista narcisista propone un presente en continuo cambio, escenario del goce personal, que se iguala a la autorrealización personal y al bienestar social. El cambio y la innovación se legitiman por sí mismas, desaparece la utopía, porque desaparece el futuro como objetivo de las acciones. Lo nuevo es sinónimo de mejor; sin futuro y sin pasado, por ser sin extensión, sin duración, sociedad intensamente presente aquí y allá.

El pasado, presente y futuro siempre actualizándose en el devenir que es en sí mismo duración y no “espera” nada, es puro deseo que es siempre presente. La vida se vive en el instante sin espesor. El presente engloba al individuo y lo aísla de su historia. El culto al presente tiene una nueva relación con el tiempo: ante todo velocidad de cambio, el tiempo de lo líquido y lo efímero. La vida se fragmenta en episodios que no tienen rastros de pasado y no llevan al futuro. La inestabilidad es vista como normal.

La operación más exitosa del hedonismo narcisista que caracteriza la cultura del consumo consistió en diluir el conflicto entre el ser y el deber ser. El principio del placer, transformado en principio de realidad y devenido en superyo, o principio del deber, hace que: a) desaparezca la tensión entre lo que los hombres y mujeres quieren hacer y lo que pueden hacer (historia y necesidad), y b) desaparezca la tensión entre lo que los hombres y mujeres hacen y lo que deben hacer (historia y moralidad). Se aspira a lo que se es, y se es lo que se ha deseado ser.

Lo bueno o lo malo de la acción se decide dentro del contexto inmediato. El deber deviene placer. Segundo, está la paradoja invertida del placer convertido en deber, en una sociedad ‘permissiva’. Los sujetos experimentan la necesidad de ‘pasar bien’, de disfrutar, como si fuera un deber, y por consiguiente, se sienten culpables si no son felices. El superego controla la zona en que estos dos contrarios se superponen, donde el mandato de disfrutar cumpliendo tu deber coincide con el deber de disfrutarlo. Sobre esa base es posible determinar con claridad y sin dificultades el bien humano; el alcance de la acción humana y por ende de la responsabilidad humana está estrictamente limitados.

El *ethos* hedonista se expresa intentando reconciliar la distracción, el ideal, el placer y el corazón. Hoy el principio de la conducta es el goce, sin problemas de conciencia porque las “obligaciones hacia Dios” y hacia el prójimo ya fueron sustituidas hace tiempo por las “prerrogativas del individuo soberano”⁶⁴. Y así los deseos se presentan como un conjunto de libertades y nos hacen sentir libres.

El liberalismo ha enseñado a pensar que la persona es ante todo un sentimiento de amor a sí mismo. El capitalismo de consumo de la modernidad tardía o postmodernidad se instaló en la subjetividad que funciona en el eterno presente y evoluciona alrededor del eje del ego y la vida personal. La sociedad de consumo se organiza como un conjunto de intercambios de mercancías que se justifica en la gratificación inmediata y creciente y da lugar a la moralidad del disfrute y la diversión. El deseo vuelto goce –mediado por el sistema de la

64 LIPOVETSKY, G (1994). *El crepúsculo del deber*. Anagrama, Barcelona, p. 23.

mercancía— se vuelve deseo consumidor de consumir. El deseo, es “un consumidor ideal”, en cuanto no quiere satisfacción, sino nuevos deseos. La justificación del bien y el mal de las acciones se apoyan en el concepto de autorrealización estrecha, bienestar hedónico y satisfacción imperativa. Es el imperio del placer.

Los aparatos culturales del capitalismo difunden imaginarios constituidos por estímulos de seducción que remodelan los deseos humanos. La evanescencia y cambio perpetuo generan una clase de ansiedad y nerviosismo, terreno fértil para la cultura del consumo y sus fantasías sobre ajuste perfecto entre las mercancías y los deseos. La compra es el escape de la angustia, pero el consumismo genera sus propias patologías: adicciones, anorexia y bulimia⁶⁵, mercantilización de la afectividad, compulsión hacia la riqueza material, etc. Nihilismo y vacuidad para los satisfechos, y desesperanza para los excluidos.

La ideología del deseo ilimitado y su satisfacción inmediata, y la visión utilitaria de la sociedad como suma de satisfacciones individuales, abandonada toda forma de responsabilidad colectiva, pública, dejan la gestión del deseo y de su terrible exceso, al individuo. Pero es “la libertad que va guiada sólo por un impulso lúdico y que no abraza otra pretensión que la de dominar las reglas del juego, es decir la aspiración a la competencia *técnica*”⁶⁶, no trae responsabilidad sino efectividad.

La sociedad de consumo disuelve todo, incluso lo humano, en simples expresiones mercantiles y fuera de las funciones mercantiles no queda nada real. El criterio formal de la eficiencia para la satisfacción de los deseos se transforma en el criterio supremo de los valores y toda moral se disuelve en las relaciones mercantiles.

Este concepto de moralidad y de eficiencia tiene consecuencias en la vida humana que hemos venido describiendo a lo largo de nuestras reflexiones. No es posible vivir con los resultados de una cultura de consumo promovida por el mercado totalizado, con una perspectiva de presente interminable, sin criterios de responsabilidad. La crítica ha sido posible, a condición de que no se efectúe en nombre de valores éticos, sino en nombre de la sobrevivencia de la humanidad. Según esta crítica, la eficiencia de la industrialización acelerada y centrada en el presente, se caracteriza como aquella conducta de individuos que cortan la rama sobre la cual están sentados. La solución planteada fue: una producción será eficiente si reproduce las fuentes de la riqueza producida. Al introducir un concepto de eficiencia reproductiva surge un conflicto: lo que es eficiente en términos del primer concepto puede ser eficiente en términos del segundo y viceversa. Los valores de la convivencia no pueden surgir sólo en nombre de la eficiencia, y el reconocimiento de estos valores es punto de partida para asegurar la eficiencia reproductiva y así hacer posible la vida en el futuro⁶⁷.

De este concepto del límite, donde se une la vida y el futuro, surge un deber ético, que incluye la responsabilidad. Se añade al cálculo moral el horizonte temporal: “nuestro imperativo remite a un futuro real previsible como dimensión abierta de nuestra responsabilidad”. La responsabilidad es una función del poder y del saber. El prototipo de la responsa-

65 Las enfermedades de la dieta son manifestaciones paradójicas de un mercado que produce individuos que se auto consumen.

66 JONAS, H (1995). *Op. cit.*, p. 74.

67 HINKELAMMERT, F (2002). *Op. cit.*, pp. 266-270.

bilidad es la responsabilidad del ser humano por otro, “sólo lo vivo en su menesterosidad e inseguridad puede ser objeto de responsabilidad”⁶⁸. El ejemplo más claro de responsabilidad es el deber con los hijos que se ha engendrado y que no sobrevivirían sin nuestros cuidados: es un ejemplo de responsabilidad y muestra su característica más importante, la “no reciprocidad”.

El obrar éticamente debe producir, reproducir y desarrollar la vida de cada sujeto humano en comunidad, en último término, de toda la humanidad. Como dice Victoria Camps⁶⁹ “pensar éticamente es pensar en los demás”. Es decir, que la ética de la responsabilidad nos conduce a la consideración del bien común, como bien presente y bien futuro. Una ética concreta, no metafísica y apriorística del bien común, es la respuesta a las distorsiones que introduce la acción tecno-económica en la sociedad y la naturaleza.

La ética es proyecto, pero no proyecto individual, sino colectivo. Y actuar éticamente con responsabilidad tiene dos momentos: en primer lugar, considerar, averiguar y asumir a priori las consecuencias y el actuar en la interacción social, desplegado colectivamente. Para María Zambrano⁷⁰ el paso del individuo a persona se da cuando el individuo se reconoce como sujeto actor de la realidad y por tanto, responsable no sólo de sí mismo, sino de los demás; podríamos decir, cuando reconoce las consecuencias futuras de sus actos y su impacto sobre los otros. Por eso la ética da paso a la política, necesariamente remite a las relaciones con los otros y a la convivencia humana presente y futura. Recordemos a Aristóteles y su concepción de la ciudad, la comunidad política: no es el lugar de la coacción, sino que es el lugar en el que los ciudadanos se reúnen conjuntamente para deliberar sobre lo que piensan que es justo y sobre lo que piensan que es injusto.

Desde Latinoamérica y los pueblos periféricos, la experiencia rotunda del oprimido, el pobre, el no ser, el bárbaro, la nada de sentido, la exterioridad del sistema, en fin desde la alteridad, reclama desde la Filosofía, la Teología y la Ética de la liberación, la posibilidad de la “vida” no como supervivencia sino como despliegue, y “en la comunidad de vida”. Este principio se constituye en presupuesto y meta inmanente de toda moral.

La Ética de la Liberación propone por esto la necesidad de definir un criterio de validez moral intersubjetivo (formal consensual) que debe articularse con el criterio de verdad práctica de reproducción y desarrollar la vida humana (material, de contenido).

Por su parte como veremos, ambos son diversos de un tercero: el criterio de factibilidad, subsumido desde los previos principios ético-morales, siendo un nuevo momento en el que se da la unidad de la materialidad de contenido con la consensualidad válida, constituyendo, sólo en ese momento, la eticidad propiamente dicha: el «bien»⁷¹.

68 JONAS, H (1995). *Op. cit.*, p. 41.

69 CAMPS, V (1990). *Virtudes públicas*. Espasa Calpe. Colección Austral, Barcelona.

70 ZAMBRANO, M (1996). *Persona y Democracia*. Ed. Siruela, Madrid.

71 DUSSEL, E (1973). *Para una ética de la Liberación Latinoamericana*. I-II. Siglo XXI, Buenos Aires; III Ecol, México.

El principio ético de exigencia de reproducción y desarrollo de la vida se define como “una lucha por la vida humana (vegetativa, cultural, espiritual, humana) ante el dolor y la muerte”, en oposición a la mera reproducción (repetición dominadora = civilizadora) o al puro desarrollo creativo individual.

El cálculo de la utilidad y la justicia fundamentada en el procedimiento dejó de lado el sentimiento de pertenencia y la reflexión sobre la vulnerabilidad del ser humano. Los comunitarios, por eso, entendieron que era fundamental complementar la idea de justicia con la idea de pertenencia a la comunidad, con la idea de lealtad a la comunidad. En las sociedades de la modernidad tardía con estructuras políticas liberales no encontramos proyectos privados de largo alcance dirigidos al logro del bien de cada individuo, sino, más bien, un retroceso de la vida individual y una adaptación a las seducciones y privaciones inmediatas de la sociedad de consumo. El liberalismo, al rechazar la idea de que la vida social necesita para su configuración de un acuerdo básico acerca de la naturaleza del bien humano, y subrayar que las instituciones públicas deben ser neutrales ante las diferentes concepciones del bien humano, confiando a cada persona la búsqueda de lo que considera su propio bien, priva de hecho a los individuos de la posibilidad de conseguirlo. Porque, como Aristóteles puso de manifiesto, el bien humano sólo se puede lograr en, y gracias a, la comunidad política⁷².

Los personajes que según MacIntyre definen nuestra cultura son el gerente o ejecutivo, el terapeuta y el sibarita. El rasgo común a todos ellos es la falta de compromisos valorativos. Es justamente el distanciamiento de cualquier vinculación última el rasgo común que caracteriza a estos actores.

Una ética de la convivencia que se base sólo en un modelo procesal y jurídico de las relaciones humanas carecería de la solidaridad y de la profundidad necesaria para humanizar la sociedad. Y a esto apela la ironía de Anatole France: “Queda prohibido a ricos y pobres dormir bajo los puentes del Sena”. Desde luego, sólo les queda prohibido a los pobres, porque los ricos no se van a dormir bajo los puentes. Si no hay igualdad ante la vida, la igualdad ante la Ley se convierte en una burla. Es más, la igualdad contractual se transforma ella misma en una relación de dominación.

Por esto, la ética de la justicia necesariamente debe complementarse con la ética del cuidado, que parte de la vivencia de las relaciones y del vínculo con el otro. Una ética que propone la constitución de un sujeto con “atributos”, en contraposición al sujeto neutral de la teoría liberal, cuyo accionar moral estaría motivado por el afecto, la cercanía y la responsabilidad; lo social comunitario basado en un paradigma de la responsabilidad, anclado a conceptos como “amor”, “intimidad” y “compromiso”.

La Ética del cuidado tiene que ver con situaciones reales, tan reales como las necesidades ajenas, el deseo de evitar el daño, la circunstancia de ser responsable de otro, tener que proteger, atender a alguien. La moralidad como compromiso deriva precisamente de la certeza de que el bienestar, e incluso la supervivencia de la humanidad, requieren algo más que autonomía, primacía del individuo, reconocimiento de derechos, justicia, etc.

Las actitudes de justicia deben complementarse con las del cuidado. La “conciencia ética” exige oír-la-voz-del-Otro, y con responsabilidad atender sus necesidades. La solida-

72 MACINTYRE, A (1987). *Tras la Virtud*. Ed. Crítica, Barcelona.

ridad es una práctica que está más acá pero también va más allá de la justicia: la fidelidad al amigo, la comprensión del maltratado, el apoyo al perseguido, la apuesta por causas impopulares o perdidas, todo eso puede no constituir propiamente un deber de justicia, pero sí es un deber de solidaridad.

El cuidado se propone como responsabilidad social y no mera elección individual. Se propone una ética del cuidado como un valor público para la construcción de ciudadanía. El norte del cambio ético será la construcción de una “sociedad del cuidado”. En ella los miembros de la comunidad no sólo deberían gozar de derechos, sino también asumir obligaciones por el bienestar colectivo. El interés por el cuidado de los otros, transformado en valores universales y por tanto esperables y deseables en el comportamiento de ambos géneros, es una premisa ética insoslayable para la generación de nuevos y mejores modelos de sociedad.

El cuidado exige una atención política, porque como dice Leonardo Boff:

El cuidado es esa condición previa que permite la eclosión de la inteligencia y de la amorosidad. Es el orientador anticipado de todo comportamiento para que sea libre y responsable, en fin, típicamente humano. El cuidado es un gesto amoroso con la realidad, gesto que protege y trae serenidad y paz. Sin cuidado nada de lo que está vivo, sobrevive. El cuidado es la fuerza mayor que se opone a la ley suprema de la entropía, el desgaste natural de todas las cosas hasta su muerte térmica, pues todo lo que cuidamos dura mucho más⁷³.

Cuidar significa reconocer, activamente, en el otro su dignidad y su diferencia. Significa la actuación desde el *pathos* y la compasión, y desde la responsabilidad esencial por los otros. La ética del cuidado se fundamenta en la dialéctica fragilidad/responsabilidad. El cuidado fundamenta un futuro común para la Tierra y para la humanidad y propone: “consume con responsabilidad, consume con sentido de reparto, consume con solidaridad”. En esta práctica ética el sujeto está siempre conectado con el otro y con la naturaleza. Es la ética de la responsabilidad por el bien común, en cuanto condición de posibilidad de la vida humana.

La ética de la sostenibilidad implica así reconocimiento y protección de conocimientos y saberes tradicionales que fundan formas diversas de convivencia entre culturas y naturalezas, para construir una supervivencia armoniosa de todos con y para los demás.

73 BOFF, L (2002). *El cuidado esencial. Ética de lo humano, compasión por la tierra*. Ed. Trotta, Madrid.