

## **Individualismo posesivo y antropología de las necesidades**

Antonio Elizalde Hevia

Los seres humanos a lo largo de nuestra historia evolutiva hemos ensayado diversas formas de dar cuenta de nuestras necesidades, todas ellas sin embargo han requerido de una forma de relación con la naturaleza y con los otros, que haga posible la apropiación de los recursos. En las sociedades sin clases del pasado y en algunas que todavía sobreviven, la forma de apropiación fue predominantemente social o colectiva. Es la sociedad capitalista la que para su desarrollo requirió, como condición necesaria, la eliminación de toda forma de apropiación que no fuese individual. De modo tal que el capitalismo globalizado en el cual hoy vivimos ha terminado por reducir a su mínima expresión todos aquellos que fueron bienes comunes en el pasado.

El capitalismo ha configurado un imaginario anclado en la creencia en la escasez como la condición dominante en el ámbito de la economía y desde allí ha contaminado todos los ámbitos de la existencia humana. Al considerar la escasez como un principio casi equivalente al principio de realidad, los seres humanos nos vemos obligados, casi compulsivamente, a acumular todo aquello que teñimos con el atributo de la escasez, y a defender lo acumulado haciendo uso de todos los recursos de los cuales disponemos. En la sociedad capitalista llega a ser considerado casi anormal o patológico el compartir, cuando la emoción del compartir fue una condición constitutiva de la evolución de nuestra condición de primates a humanos. (Maturana, 1995)

Asimismo, esta visión condujo a una invisibilización de amplios segmentos de la realidad que tornó invisibles todos aquellos recursos que por su naturaleza son abundantes y por los cuales los seres humanos no necesitan competir, sesgando por ende nuestra percepción de la realidad y destacando en ella únicamente aquellos recursos que por su naturaleza son escasos. De tal manera, incluso, se contagió con el atributo de la escasez a los recursos que abundan, y aún más, también a los que para crecer requieren de manera imprescindible ser compartidos. Operó de tal modo un verdadero enmascaramiento de la realidad, un proceso de ideologización y de creación de una falsa conciencia.

De este modo la economía capitalista ha colonizado lo abundante transformándolo en escaso y haciéndolo económico lo torna visible, por medio de la mercantilización y la privatización. Ya no es más posible el acceso gratuito y libre a lo abundante, como lo era antes de ser colonizado.

Ello era necesario para permitir que se llevasen a cabo aquellos cambios fundamentales en la vida social, tales como el inicio y desarrollo de los procesos de acumulación en gran escala, y el surgimiento del capital, que se constituyó así en la más enorme fuerza transformadora de la existencia del hombre que ha operado en la historia. Ello implicaba la necesidad de producir una ruptura total de las formas de organización de la convivencia humana reguladas por la búsqueda de la simetría y la cooperación, y la violación de la escala humana en las relaciones entre los seres humanos. Esta ideología de la escasez tiñó la realidad de tal modo que empujó a los hombres hacia la competencia en vez de la cooperación, al logro del lucro y del beneficio por sobre la minimización del riesgo, a la búsqueda de certezas en el tener por encima del ser.

Los seres humanos nos vemos así empujados a expresar nuestra identidad mediante el consumo. Son los bienes a los cuales podemos acceder los que nos hacen presentes en un mundo en el cual la apariencia, esto es la forma como nos hacemos manifiestos ante otros se ha ido transformando en la expresión privilegiada de la condición humana.

### **De la individuación al individualismo extremo**

El gran logro de Occidente, ha sido la construcción del individuo, es decir el hacer posible el surgimiento de una identidad individual, anclada en la persona de cada ser humano y distinta de la identidad colectiva que compartía con otros seres humanos, en razón de su pertenencia a un espacio común determinado por condiciones de parentesco, étnicas, de lengua o de creencias. La multiplicidad de pertenencias que se va generando en la medida en que la sociedad se complejiza, dificulta e incluso imposibilita la identidad exclusivamente colectiva como lo fue antes, y hace posible el surgimiento de un individuo, con múltiples lealtades y referentes, reconocido como un sujeto autónomo gracias al reconocimiento progresivo de los derechos

humanos y al ocurrir esto se produce una ampliación del campo de libertades posibles para los seres humanos.

Este proceso a la vez constituye dos campos de existencia diferenciados entre sí en los cuales operan los seres humanos, uno el campo de la vida privada, en el cual se produce una enorme ampliación de lo posible, en relación hacia las anteriores formas de existencia humana, donde el control social era muy elevado; y el otro es el ámbito de la vida pública, que continua siendo un espacio donde el control social sigue teniendo una enorme relevancia y por tanto los grados reales de libertad son más reducidos.

Es posible interpretar la evolución cultural descrita que, constituye estos dos ámbitos diferenciados, como un proceso de maduración humana colectiva, tal como sucede en los procesos de maduración individual (Rogers, 1989) ya que el centro de decisión se traslada desde un control social externo: la comunidad cualquiera que ésta sea (podríamos hablar de ella como alteridad u otredad), a un control interno (los valores o la moralidad propia de cada individuo). Es decir un desplazamiento desde el hacer o no algo porque alguien me lo dice o recomienda (el temor al que dirán), a hacerlo como resultado de mis propias convicciones. Es así como en la reflexión moral se habla actualmente del paso desde una tradicional ética del mandato y de la obediencia a una ética del deber, que es donde hoy estaríamos, y que requerimos transitar hacia una ética de l compromiso y de la responsabilidad, esto es, una ética de la alianza..

El capitalismo trata de empujarnos a consumir reconociendo esta dualidad anclada en nuestra naturaleza. Por un lado nos trata de convencer apelando al juicio experto, a la domesticación publicitaria, al que dirán, a la aceptación por parte de terceros. Pero también busca instalarse e infiltrarse en el plano de nuestros deseos, de nuestros impulsos profundos, de nuestros temores y ansiedades, y también de nuestra permanente búsqueda de felicidad.

Sin embargo, este proceso de individuación ha sido empujado hasta un individualismo extremo, en el cual cada sujeto tiene sólo como únicos referentes sus propios deseos, anhelos, ambiciones y apetencias, sin ninguna consideración por la necesidad de el o los otros.

Un ejemplo de lo anterior es el surgimiento de la familia monoparental, esto es aquella constituida por una madre o un padre solamente, ya no una pareja sino una sola figura parental. Lo cual muestra una incapacidad de convivir, de ceder algo para lograr construir un nosotros. Se genera así una búsqueda de una autonomía ilusoria que no reconoce la necesaria interdependencia de todo ser humano. A lo anterior, se puede agregar un fenómeno que ha emergido en los años recientes y que podría llamarse el "hijo mascota". Muchas figuras públicas del mundo del espectáculo o del arte que deciden tener un hijo sin madre o sin padre, con el cual se busca reemplazar, en muchos casos, la compañía provista por algún animal doméstico o exótico (un pez, perro, tortuga o salamandra, entre muchos otros tipos de mascotas).

### **Del Ser o Tener al Tener para Aparentar**

Al parecer hace ya mucho tiempo que la búsqueda del ser ha quedado botada en el camino. Como muy bien lo señaló hace ya varios años, Erich Fromm (1978), estamos en una sociedad donde la búsqueda del tener se ha transformado en el móvil fundamental de nuestra cultura. Sin embargo, en las últimas décadas hemos avanzando más aún en este proceso de trivialización o banalización: hemos transitado desde una sociedad del tener a una sociedad del aparentar. Ya no importa tanto tener como si aparentar que se tiene.

Un par de anécdotas de sucesos relativamente recientes nos muestran esta enfermiza búsqueda de apariencia. La prensa de Chile dio cuenta hace unos años atrás del hecho que al realizarse un control vehicular a los conductores que iban hablando por teléfono celular al conducir sus vehículos por una avenida que conduce hacia sectores residenciales de altos ingresos, los policías quedaron sorprendidos al constatar que la mayor parte (alrededor de un 70 por ciento) de esos celulares, eran ¡imitaciones!. Algo parecido me habían contado que ocurrió en Venezuela para una reunión de empresarios con el Presidente de la época. Obviamente hoy cuando los celulares han bajado notablemente de precio y han dejado de ser un bien que permite aparentar, esto ya no ocurre. Pero lo descrito es un buen señalador de una tendencia cultural.

Del mismo modo en una fecha cercana a los sucesos antes señalados, los administradores de supermercados ubicados en barrios de altos ingresos, señalaron que era frecuente encontrar en los pasillos laterales, carros llenos de mercaderías con los productos más caros y suntuarias (quesos finos, vinos caros, licores importados, etc.). En declaraciones a la prensa indicaban que era una práctica frecuente en algunas personas ir al supermercado a encontrarse con personas conocidas aparentando comprar estos productos, los que finalmente no compraban y dejaban abandonados.

### **La compraventa de ilusiones**

Gran parte de la publicidad ofrece asociados a los productos que se están publicitando, situaciones y vivencias que las personas desearían vivir. Es así como una marca de cigarrillo, de cerveza o de automóvil aparece en lugares donde todo el mundo quisiera ir: una playa del Caribe o de la Polinesia, algún lugar en la selva amazónica o en alguna montaña de los Andes o las Rocallosas. Asimismo aparecen personas jóvenes, esbeltas y hermosas, al igual que paisajes acordes con los patrones estéticos que se construyen desde los medios de comunicación. De modo tal que lo que gente consume al comprar esos productos es “exclusivamente” su puro deseo, se llega así a consumir la virtualidad construida mediante la publicidad.

De manera análoga a los temores del ser humano, que en rigor, no se encuentran en el presente sino que en la anticipación imaginaria de lo por venir, gran parte del consumo en las sociedades actuales se encuentra operacionalizado en esta anticipación imaginaria de esperanzas. De tanto fumar Marlboro capaz de que logre transformarse en el personaje del spot publicitario. ¿Cuánto de realidad y cuánto de ilusión es lo que nos empuja a consumir el producto tal o cual?

### **¿La creación de necesidad o de deseos? La construcción cultural de la codicia**

André Gorz (1989) transcribe en uno de sus trabajos, declaraciones hechas hace ya más de treinta años por uno de los principales estrategas publicitarios del mundo, Stanley Resor, presidente de la J. Walter Thompson, una de las mayores agencias de publicidad de Estados Unidos. Resor afirma que:

"...cuando aumentan los ingresos, la creación de nuevas necesidades es lo más importante. Cuando se pregunta a la gente: ¿Sabe usted que su nivel de vida aumentará en un 50 por ciento en los próximos 10 años?, No tienen la menor idea de lo que eso quiere decir. No reconocen la necesidad de un segundo coche a menos que se les recuerde con insistencia. Esta necesidad tiene que ser creada en su ánimo y es preciso hacerles ver las ventajas que les procurará el segundo coche. Yo considero la publicidad como la fuerza de educación y de activación capaz de provocar los cambios de la demanda que nos son precisos. Mostrando a mucha gente un nivel de vida más elevado, aumentamos el consumo al nivel que nuestra producción y nuestros recursos justifican."

Es posible afirmar, por lo tanto, que es el consumidor el que está al servicio de la producción, para así asegurar a ésta las salidas que reclama; que es el consumidor quien tiene que irse adaptando a los requerimientos de las producciones que los cambios tecnológicos indican como las más rentables en determinadas circunstancias. Ya que ello es indispensable para que la sociedad pueda perpetuarse, y así reproducir sus desigualdades jerárquicas y mantener incólumes sus mecanismos de dominación.

Todos alguna vez habremos apreciado una escena como la siguiente: un niño pequeño tirado en el piso en el pasillo de un gran establecimiento comercial y verraqueando como condenado porque sus padres no le compran lo que él desea. Los pobres padres miran hacia todos lados, no saben que hacer frente a las miradas desaprobadoras que las personas que circulan por el pasillo, incómodos porque se sienten recriminados por "torturar psicológicamente" al niño al no acceder a sus deseos.

Gran parte de la publicidad en la actualidad se orienta hacia los niños y especialmente hacia los más pequeños. Es impresionante la velocidad a la cual se introducen todo tipo de juguetes vinculados a las series de televisión infantil y todo ello asociado a las respectivas campañas publicitarias.

Si bien la permanente innovación y creación es necesaria en toda sociedad humana, ella no puede ser al costo de una tan profunda destrucción ambiental, cultural y moral como acontece actualmente.

Nuestra cultura en su desarrollo profundamente materialista va acelerando cada vez más los procesos mediante los cuales se introducen nuevos productos, ello al precio de generar permanente obsolescencia y desechabilidad.

Por ejemplo, en el ámbito de la informática es posible apreciar como en el curso de un par de años e incluso antes, los equipos de última generación en el ámbito de usuarios quedan rápidamente "anticuados" y obsoletos (psicotécnicamente). Asimismo, en el campo de los equipos de sonido, ya no es posible encontrar reproductores de discos de vinilo (de 33 o 45 revoluciones por minuto), que decir de los discos de 78 revoluciones. Lo mismo está comenzando a ocurrir con los cassettes, y también con los discos compactos que están siendo sustituidos por los DVD.

### **Del hedonismo al consumismo compulsivo e instantáneo**

La observación etológica (de la conducta animal) nos muestra que todo animal en cuanto se instala en un deseo no puede ya salir de esta emoción mientras no haya satisfecho su deseo. Por el contrario la naturaleza humana se construye en el proceso de distanciamiento entre el surgimiento del deseo y su satisfacción.

El bebé recién nacido reclama y exige mediante su lloro que le sean satisfechas sus demandas de alimentación o de limpieza. Su madre durante los días recientes a su nacimiento en cuanto escucha ese reclamo busca dar respuesta inmediata a sus reclamos ya sea amamantándolo o cambiándole de pañales, sea durante el día o la noche. Pero al cabo de un tiempo sus propias necesidades de dormir y descansar le van haciendo descubrir la necesidad de ir estableciéndole al recién nacido un horario para dar cuenta de sus necesidades fisiológicas. Aunque el niño recién nacido siente hambre y llora pidiendo de ese modo la teta materna, el proceso de humanizar a ese animal humano, "desanimalizándolo" consiste en socializarlo, en educarlo, de modo que este ser aprenda a distinguir su deseo de su satisfacción, la cual no puede ser inmediata. La articulación de la identidad de ese ser es un proceso en el cual aquel va reconociendo la necesidad de diseñar estrategias adaptativas que le permitan dar cuenta de su deseo: será el lloro inicialmente para

expresar su malestar ya sea porque tiene hambre o porque se siente mojado; serán sonrisas o serán los primeros balbuceos que constituirán las gracias que le permitan obtener la aprobación del adulto. En todo ese proceso se ha ido progresivamente infiltrando la dimensión temporal. La estrategia de satisfacción del deseo demanda un primer y previo aprendizaje: "no es posible obtener nada inmediatamente, todo requiere de un tiempo". Nuestra humanización requiere imprescindiblemente para su constitución de la postergación en la satisfacción del deseo.

Todo el proceso de socialización posterior es un permanente aprendizaje de la existencia de límites temporales para la satisfacción del deseo, dado que no somos seres aislados y que nuestra existencia social, esto es la existencia del otro pone un límite a nuestro narcisismo primario. Aprendemos de ese modo que también ese otro tiene deseos y derechos a satisfacer sus deseos tan legítimos como los propios. Se introduce así la necesidad de la discriminación temporal, esto es el reconocimiento consciente de la existencia de un lapso entre el surgimiento del deseo y su satisfacción. De allí que gran parte de lo que llamamos cultura consiste fundamentalmente en un conjunto de estrategias de seducción que apuntan a resolver esta distancia fáctica entre deseo y satisfacción. Asimismo la incapacidad por parte de algunos individuos para aceptar este fenómeno propio de la condición humana, es interpretada como una patología o como una violación de las normas culturales (falta o delito) que es habitualmente castigada por la sociedad.

Sin embargo, en la cultura actual se ha ido introduciendo una suerte de norma moral referida al consumo que exige dar cuenta lo antes posible del deseo. Parte importante del *mensaje-masaje* publicitario se orienta a generar deseos en forma casi compulsiva, de modo tal que si éste se hace presente ante la conciencia genera una sensación de vacío e incluso casi de dolor mientras no sea satisfecho. Hay una tendencia cultural que nos empuja a "infantilizarnos" o "animalizarnos" con relación a nuestros deseos. Nuestra cultura nos empuja a consumir más y más compulsivamente, y a dar cuenta en forma inmediata e instantánea de cualquier deseo surgido. Ya no existen como en el pasado horas adecuadas para alimentarse. Hoy es cosa de abrir el refrigerador o la despensa. La alimentación está progresivamente perdiendo su carácter de acto eminentemente social para irse transformando en un acto individual, solitario.



De allí entonces que las formas que está asumiendo el consumo, gracias a la publicidad y el marketing, así como los diversos artefactos y dispositivos del proceso de consumo, buscan impulsar a las personas hacia un consumo inmediato de todo aquello que surge o se busca hacer surgir como un deseo mediante el *mensaje-masaje* publicitario. Dispensadores de café, bebidas, cigarrillos, golosinas, preservativos, etc., entre otros tantos artefactos se han constituido en una manifestación de esta tendencia cultural que nos retorna a nuestra condición animal, ya que hace desaparecer la discriminación temporal entre deseo y satisfacción.

### **La sistemática construcción social de obsolescencia**

Pero por otra parte, lo anterior implica que la sociedad actual está generando una permanente obsolescencia del presente, ya que el consumo inmediato en cuanto surge el deseo, implica que en cuanto éste es saciado, se refiere inmediatamente la atención hacia un nuevo deseo, hacia una nueva preferencia expresada en el consumo y hacia un nuevo producto que a muy corto plazo se transforma en obsoleto y esto nos lleva nuevamente a consumir la versión actualizada. De tal modo que la velocidad del cambio en la materialidad de la existencia es de tal magnitud que las experiencias adquiridas se desvalorizan rápidamente. Por poner un ejemplo, en cuestión de años (dos o tres generaciones) se ha transitado desde la radio a galena y los intentos por captar frecuencias internacionales en lenguajes incomprensibles a la comunicación instantánea de imagen, sonido y texto con traducción inmediata e incluso es posible dictarle un texto a una computadora. Es así como el presente se diluye ante un futuro que se torna avasallador, pero que tan pronto se torna en realidad y en experiencia, estas ya están obsoletas. El presente se hace crecientemente obsoleto y por lo tanto pierde valor, queda aprisionado entre un futuro y un pasado sobredimensionados.

De un modo similar, en el transcurso de no más de tres generaciones hemos transitado hacia formas de adquisición de bienes de todo tipo a través del financiamiento en compromisos futuros, vía endeudamiento a plazos cada vez mayores. En un pasado no tan lejano tal vez, para las generaciones nacidas a comienzos de siglo pasado, la práctica social dominante era la adquisición de bienes de consumo durable con los ahorros, que habían sido producto de largos períodos de privaciones

pasadas. Y sólo en el caso de una tragedia o de una inversión significativa para el bienestar del grupo familiar se recurría a algún tipo de endeudamiento, siempre y cuando éste no comprometiese significativamente las decisiones futuras.

Pero en la actualidad se observa además, gracias a la creciente creditización y plastificación del dinero, una tendencia hacia algo que podríamos denominar como una obsolescencia del futuro. Las personas consumen cada vez más con cargo a sus ingresos ya no presentes sino que futuros, configurándose así una psicología de deudor y reduciéndose así los grados reales de libertad humana. La gente que había tenido previamente una ética de ahorrar hasta lo que podían dar, ahora aprendió a comprar a crédito - comprar ahora y pagar después (o mejor aún: compre ahora y pida prestado después). Nos encontramos entonces con la paradoja de que para desplegar la mentada *libertad de elección* en el consumo presente, reducimos nuestros grados de libertad futura, y paralelamente adquirimos bienes que nos confieren en el presente mayor calidad de vida comprometiendo nuestro bienestar futuro. ¿No estaremos por medio de estos mecanismos sociales avanzando hacia una obsolescencia del futuro? ¿Cuántas personas no se sienten amarradas a sus estilos de vida actuales debido al endeudamiento de por vida que han adquirido? ¿Cuántas personas no se han hipotecado a sí mismos de por vida en función de un ilusorio mejoramiento de su calidad de vida?

Por otra parte, diversos autores dan cuenta de la profunda mutación cultural desde una "sociedad frugal" a una "sociedad consumidora". En las últimas décadas hemos aprendido a malgastar, a usar y botar las cosas, a sentirnos insatisfechos incluso con el último modelo de automóvil y a anhelar el nuevo modelo. El antropólogo norteamericano Marvin Harris (1984), ha realizado un brillante análisis de la sociedad norteamericana contemporánea, en el cual demuestra como la calidad de vida de esa nación se ha ido deteriorando debido a los procesos de producción de *obsolescencia planificada*. Él señala que los bienes adquiridos tienen una vida útil determinada desde los procesos productivos que raramente coincide con las expectativas respecto al tiempo de uso que los consumidores tienen respecto a dichos bienes. Los necesarios procesos de creación de *servicios técnicos* y los costos para el consumidor de las reparaciones que debe realizar a los artefactos de diversa índole que conforman su equipamiento hogareño o laboral, reflejan según Harris un proceso de *inflación encubierta*. Asimismo esta obsolescencia incrementa los niveles de derroche,

desperdicio y refuerza la carga sobre el ambiente, mediante la producción de basura y de nuevas demandas de materias primas extraídas del medio natural.

De modo tal que muchos bienes durables e incluso bienes de capital, por la lógica interna del capitalismo, son transformados de bienes - que proveen calidad de vida o riqueza mediante la creación de nuevos bienes -, en males, ya que son transformados en chatarra o basura (valor social negativo), constituyéndose en una carga para el ambiente.

Pero además en sociedades que operan con esta lógica se van transformado en obsoletos y/o desechables también, todos aquellos seres humanos que por diversas razones no pueden constituirse en sujetos de crédito: personas con bajos o escasos niveles de ingreso (pobres), personas con esperanzas de vida limitada (ancianos y enfermos terminales), personas con capacidad de pago decreciente (enfermos crónicos y minusválidos), y así muchos otros grupos sociales. De forma tal que la exclusión se torna necesaria para mantener los niveles de competitividad alcanzada.

La construcción de obsolescencia con relación a los bienes, con relación a las personas y con relación al tiempo: presente y también futuro, implica una imposibilidad para la solidaridad y para el desarrollo de proyectos colectivos. La solidaridad porque ésta implica presencia del otro, vale decir presente. Y por otra parte todo proyecto colectivo está referido a compromisos situados en un futuro posible, en un futuro a construir con otros. De allí entonces, que el consumismo compulsivo e inmediatista conduce inevitablemente a imposibilitar la solidaridad y el futuro, al imposibilitar los proyectos humanos que son los que al constituirse en promesas, en hipótesis y en utopías, estos es, en sueños compartidos, hacen que éste se constituya en referente fundamental para los seres humanos. Por otra parte sin futuro no hay proyectos y sin proyectos surge el desencanto.

De modo tal que como lo hemos demostrado la sociedad capitalista de consumo masivo ha ido transformando de una manera radical los valores propios de las sociedades tradicionales. Ha destruido los valores de la cooperación y de la convivialidad, ha destruido los valores de la solidaridad y de la fraternidad, ha destruido también los valores de la sobriedad y la frugalidad. Ha fomentado el individualismo extremo y una suerte de consumismo patológico, lo cual ha comenzado a comprometer incluso el futuro de la especie humana.

## **Sobre las búsquedas del ser humano**

La naturaleza humana es producto de una doble condición: nuestra condición de mamíferos, esto es de animales que se desarrollan desde el momento de su gestación en el útero de la hembra y nacen mediante una expulsión del útero materno; y la existencia de una conciencia, esto es una capacidad reflexiva sobre nuestra propia existencia o condición, incluida el nacimiento mediante una expulsión. De allí que el relato bíblico de la expulsión del paraíso, sea no sólo una metáfora sino que incluso sea vivenciado por el ser humano como una realidad. ¿Cuánto dolor inconsciente es producto del sentimiento de rechazo y de pérdida propia de un mamífero consciente de su forma de nacer? ¿Qué cicatrices llevamos en nuestra memoria genética? ¿Cuánto hay aún por cicatrizar en nuestro interior producto de esta "herida" primigenia? Tengo la convicción que es en este sentimiento de pérdida y rechazo donde radica la explicación para gran parte de todas las búsquedas humanas. Hay en cada ser humano una necesidad inmensa de ser aceptado, de ser acogido, de religarse, de reconectarse con algo que lo trascienda. Sin embargo esta necesidad se ve imposibilitada por la creencia instalada en nosotros respecto a la existencia de una concepción de un mundo regido por la escasez.

Esta es una construcción ideológica que es fundamental erradicar. La ideología dominante nos reduce el ámbito de lo posible, acota y limita nuestros sueños, invisibiliza amplios segmentos de la realidad, nos impide confiar y amar sin cálculo, dificulta nuestra solidaridad y compasión. Requerimos por lo tanto transitar hacia una nueva creencia, la de una utopía de la abundancia, la cual es más acorde con los descubrimientos que tanto la física como la biología nos aportaron durante el siglo recién pasado, así como con los aportes provenientes de las grandes tradiciones espirituales de la humanidad.

## **Desde la lógica de la escasez a la utopía de la abundancia**

La lógica de la escasez, surge del hecho de que como algunos recursos - los económicos - son escasos y limitados, hemos tendido a ver todos los recursos como limitados y hemos hecho

invisibles todos aquellos recursos que son abundantes. Nuestra cosmovisión anclada en la escasez los hace invisibles.

Es necesario develar el profundo error que subyace tras esta visión de la realidad gobernada por el paradigma economicista. Por una parte existen recursos escasos, es decir recursos que están sometidos a la Segunda Ley de la Termodinámica, los cuales al ser compartidos se pierden para aquel que los comparte. Con aquellos ocurre lo mismo que a un cuerpo que irradia su calor a otro pero al hacer esto pierde su propio calor. Si alguien tiene dinero y se lo da a otra persona, ésta última lo gana pero aquel lo pierde. Es lo que ocurre en aquellos juegos a los cuales se denomina "suma cero", si alguien gana es porque otro pierde.

Este tipo de recursos opera dentro de una lógica en la cual los fenómenos o acontecimientos se encuentran vinculados unos a otros en relaciones de causalidad y/o de secuencialidad. Unos se ubican antes y otros después, unos se encuentran en el origen y otros en el resultado, a los primeros se les denomina causas y a los otros se les llama efectos. Pero también para otros efectos, cuando ya no se busca el explicar sino el operar sobre la realidad con un propósito determinado, se denomina a los primeros medios y a los segundos fines. Estos recursos actúan en consecuencia inmersos en relaciones lineales y monocausales. En ese razonamiento se ha buscado incrementar en el máximo grado posible la relación de adecuación o coherencia existente entre los primeros y los segundos y a eso se le llama eficiencia.

El abuso en esta forma de razonar sobre el universo y de buscar imponer nuestra voluntad a toda costa sobre la realidad nos ha conducido a un creciente divorcio entre medios y fines, entre procesos y metas. Vivimos actualmente inmersos en una disociación casi absoluta entre la racionalidad sustantiva, la que dice relación con los fines o metas de nuestro existir y operar en el mundo, y la racionalidad instrumental que tiene que ver con los medios de los cuales hacemos uso para alcanzarlas. Esta rotunda y honda división ha ido reforzando y a la vez retroalimentando a y de una noción de separatividad que profundiza en nosotros mismos un quiebre o disociación interna que nos produce infelicidad, dolor, angustia, insatisfacción y sufrimiento.

Sin embargo, todos tenemos evidencias y profundas intuiciones que nos indican que existen otros caminos, otras formas de realidad donde no sólo existe el *juego suma cero*, donde alguien gana y necesariamente alguien pierde, sino que también existen otros juegos; juegos donde todos ganan. Juegos colectivos donde lo que importa es el jugar y no el ganarle a otros. Juegos donde el goce y la felicidad se obtiene no en la meta sino que en el disfrute mismo del juego.

Desde una perspectiva similar es posible descubrir que hay recursos que se caracterizan por requerir ser compartidos para crecer. Sólo en el darse crecen. Estos son recursos que violan la ley universal de la entropía creciente del universo; aquella ley que señala que el universo camina hacia su homogeneización, hacia la igualación de las temperaturas de todos los cuerpos llegándose así a un cese del intercambio energético y por lo tanto a la desaparición de todo cambio, movimiento y transformación; en fin a la muerte del universo. Hay recursos que por su naturaleza son creadores de vida, instauradores de potencialidad y de virtualidad transformadora, generadores de diversidad y de enriquecimiento colectivo. Recursos sinérgicos tales como el amor, el saber, la información, la creatividad, el poder sobre uno mismo, la memoria colectiva, la identidad grupal.

Gran parte del dolor y de la infelicidad humana son producto de la percepción incorrecta del carácter de estos recursos producida por la ideología de la escasez. ¿Cuántos de nosotros, si no todos, no hemos vivido sintiéndonos poco queridos e intentando acumular afectos a cualquier precio, incluso al de nuestra propia dignidad? ¿Cuántos no hemos sentido envidia y celos por que hemos visto que otro ser humano recibía el cariño y amor que creíamos nos pertenecía; aunque quien lo recibía era alguien a quien queríamos muy profundamente (padre, madre, hijo/a, hermano/a, pareja)? Sin embargo, estos recursos son los descritos en la parábola de los talentos: pueden quedarse ocultos y escondidos por temor a perderlos o crecer por arriesgarse a compartirlos. ¿Existe algo que implique más un darse que el amar? ¿No es de la naturaleza misma del amor la donación de sí mismo a otro? ¿No son el amor, el cariño y el afecto en sí mismos un compartir? ¿Por qué razón, entonces los vemos como la negación de lo anterior? ¿Es posible amar sin compartir lo más íntimo y propio con otro ser humano con absoluta generosidad, sin medida alguna y sin ningún tipo de cálculo? ¿Qué nos lleva a calcular y a medir lo incalculable y inconmensurable? ¿Por qué no vemos la profundidad de nuestro error perceptivo?

El saber y el conocimiento son recursos sinérgicos. Solamente llegan a ser tales en la medida en que al darse de unos a otros fructifican en la producción de nuevos sentidos, de nuevas significaciones, de nuevas verdades. Si no fuesen compartidos no lograrían llegar a ser lo que son, les estaría negado alcanzar su vocación o naturaleza peculiar y específica. El conocimiento se hace tal en un proceso de diálogo del sí mismo con el otro y de confrontación crítica del pensamiento y verdades propias con las de los demás. Es un construirse del yo, en su dimensión cognitiva, con la alteridad. Los saberes son conocimientos que se han ido acumulando durante largo tiempo mediante procesos en que han participado muchos seres humanos, interactuando de diversos modos y transmitiéndose unos a otros los logros individuales e incrementando de esa manera el saber individual y colectivo.

Otro recurso sinérgico es la información, por su propia naturaleza es antes que nada un flujo de comunicación entre varias personas. De no existir ese flujo de comunicación no existiría información. Asumiendo la aproximación propia de la Teoría General de Sistemas se afirma que la neguentropía es la cantidad de información requerida para la creación de orden; con este término se conjugan tanto la termodinámica como la teoría de la información. La neguentropía es el dato, el conocimiento que hace posible que disminuya la incertidumbre, la confusión y el desorden y se genere un estado temporal de certidumbre, claridad y orden en el sistema. Así pues, es deseable que todo sistema tenga los canales de comunicación que le permitan adquirir la información pertinente para bajar su estado entrópico.

Desde la perspectiva asumida en esta reflexión, la información tiene un carácter eminentemente relacional. Sólo hay información cuando existe un emisor y un receptor de ella. La información no compartida no cumple su vocación, muere en cuanto tal. De allí entonces su carácter fundamentalmente sinérgico. Sinergia que es positiva si contribuye a disminuir la incertidumbre y confusión, el temor a lo desconocido y la angustia respecto a lo ignorado. Sinergia negativa si desinforma, oculta o niega el antecedente, la precisión del detalle requerido, el dato iluminador que provee sentido y significado.

Si la emoción fundamental en la cual ha estado instalada nuestra cultura ha sido la codicia y el egoísmo, el mundo que de allí emergerá será de codicia y de egoísmo, y naturalmente fluirán de

éste la exclusión, la miseria y el hambre, la violencia y la guerra. Si por el contrario nuestra emoción fundamental llega a ser el afecto y la generosidad, fluirán de ésta la cooperación, la solidaridad, la paz y la aceptación del otro como un legítimo otro, la alegría del compartir y del comer juntos, conducta esta última propia del linaje de primates del cual provienen los homínidos, los que al hacer así fueron los únicos que pudieron desarrollar lenguaje y de ese modo construir cultura.

Concluyo compartiendo las palabras de Pablo Neruda, quien al recibir el Premio Nobel señaló: “pienso con no menor fe que todo está sostenido - el hombre y su sombra, el hombre y su actitud, el hombre y su poesía - en una comunidad cada vez más extensa, en un ejercicio que integrará para siempre en nosotros la realidad y los sueños, porque de tal manera los une y los confunde.”

### **Referencias bibliográficas**

Fromm, Erich (1978) *¿Tener o ser?* Fondo de Cultura Económica, México D.F.

Gorz, André (1989) *Adiós al proletariado*, Imago Mundi, Buenos Aires.

Harris, Marvin (1984) *La cultura norteamericana contemporánea: Una visión antropológica*, Alianza Editorial, Madrid.

Maturana, Humberto (1995) “El origen de lo humano” en Humberto Maturana y Sima Nisis, *Formación Humana y Capacitación*. Dolmen Ediciones, Santiago

Rogers, Carl (1989) *El proceso de convertirse en persona*. Ediciones Paidós, México D.F.

**Publicado en Iglesia Viva. Revista de Pensamiento Cristiano, N° 211, Julio – Septiembre 2002, Valencia.**