

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

FACULTAD DE FILOSOFÍA

Daniel ORTEGA ATEHORTÚA, SDB

**“CIUDADANÍA RESPONSABLE” EN LA SOCIEDAD
CONSUMISTA: UN NUEVO ESTILO DE VIDA PARA UN
CONSUMO JUSTO DESDE LA PERSPECTIVA DE ADELA
CORTINA**

Ejercitación para la Licenciatura en Filosofía y Letras

Asesor:

José Luis Jiménez Martínez, SDB

Copacabana, Noviembre 2017

Agradecimientos:

*Principalmente de corazón a Dios,
a la Congregación Salesiana por tan linda Oportunidad,
a la comunidad del Posnoviciado, especialmente aquellos hermanos
posnovicios que me ayudaron aportando un grano de arena para la
construcción de este trabajo.*

*A mis profesores, en especial a mi hermano salesiano José Luis Jiménez,
quien con su servicio, paciencia y ánimo me acompañó en este proceso como
mi tutor.*

Al P. Álvaro de Jesús Ángel C. Sdb. Por el incansable servicio que me brindó.

*Y a mi familia, y a Lucena Llorente, porque de ellos aprendí que la exigencia
es la base de la excelencia.*

INTRODUCCIÓN.....	4
CAPÍTULO I.....	8
1. DEL “CONSUMIR” AL “CONSUMISMO”.....	9
1.1. PRODUCCIÓN.....	13
1.1.1. CAPITALISMO MERCANTIL Y CAPITALISMO INDUSTRIAL.....	14
1.2. PUBLICIDAD.....	20
1.2.1. ANTECEDENTES DE LA PUBLICIDAD	22
1.3. EL CONSUMISMO.....	26
1.4. LOS DESEOS Y NECESIDADES: PATRONES O MOTIVACIONES AL CONSUMISMO	31
1.4.1. ANSIA DE SEGURIDAD.....	32
1.4.2. DESEO DE NOVEDADES.....	33
1.4.3. BÚSQUEDA DE IDENTIDAD	35
1.4.4. ASPIRACIÓN A LA IGUALDAD	36
1.4.5. AFÁN COMPENSATORIO	37
CAPÍTULO II.....	40
2. CIUDADANÍA.....	43
2.1. CIUDADANÍA DEL CONSUMO	48
2.2. EL CONSUMO RESPONSABLE CONDUCE A LA FELICIDAD	52
2.3. EL CONSUMO CONSCIENTE Y LAS CREENCIAS.....	59
2.4. EL CONSUMO JUSTO REFUERZA LA CONDICIÓN HUMANA.....	62
2.4.1. COMERCIO JUSTO	63
CAPÍTULO III.....	68
3.1. EN LA FORMACIÓN DE SU CIUDADANÍA PARA LA SOCIEDAD JUSTA.....	69
3.1.1. EDUCAR EN CIUDADANÍA JUSTA PARA UNA SOCIEDAD JUSTA	70
3.1.2. EDUCAR EN EL “BIENSER”.....	76
3.2. EN RELACIÓN CON SUS SEMEJANTES	78
3.2.1. UNA SOCIEDAD JUSTA ES TAMBIÉN UNA SOCIEDAD INCLUYENTE.....	82
3.2.2. CIUDADANOS EXCELENTES PARA UNA SOCIEDAD JUSTA	84
3.3. EN RELACIÓN CON LA NATURALEZA	87
3.3.1. UN GRITO DE ¡AUXILIO!.....	89
CONCLUSIONES.....	94
BIBLIOGRAFÍA GENERAL	97

INTRODUCCIÓN

El consumismo se ha erigido como un estilo de vida en la sociedad contemporánea. Su influencia vertiginosa ha incapacitado al hombre para el ejercicio libre de su desarrollo humano; en cuanto que no forma ciudadanos capaces de decidir por sí mismos; en cuanto limita las relaciones interpersonales con sus iguales; en cuanto no educa al ciudadano en la responsabilidad de sus actos; y no aporta por la construcción de una sociedad justa con principios éticos en la igualdad, equidad e inclusión.

El consumo, como mito tribal, afirma J.P. Mayer, ha llegado a ser la moral de nuestro mundo actual. Está destruyendo las bases del ser humano, es decir, los principios éticos y morales en los que las sociedades se fundamentaban para la educación, el desarrollo y la formación de sus ciudadanos. Así mismo, la vida de consumo del hombre -desde Joan Torres I Prat- está siendo alimentada por la saturación de información que los medios de comunicación presentan en la vida cotidiana de la sociedad, enajenando al hombre, apartándolo de sus criterios racionales, conscientes y libres; privándole del juicio y subordinándolo a intereses ajenos.

Adela Cortina, filósofa española, manifiesta que hablar de sociedad consumista no es lo mismo que hablar de una sociedad donde todos los seres vivos consumen; porque es lógico que todos los seres vivos deban consumir para su supervivencia. Sin embargo, el problema radica en el interés o la intención que el hombre tiene al momento de acceder a los bienes, dado que muchas veces estas adquisiciones que realiza están supeditadas a la presión de entidades comerciales que ejercen sobre el hombre, especialmente por propagandas publicitarias; incapacitando su participación consciente, responsable y libre frente a las opciones de consumo.

Llegados a este punto, Cortina tomará una postura en la que aceptando ser parte de este gran sistema de consumo, más aún, analizando las ventajas y desventajas que éste trae consigo, se admira que no se haya evaluado esta problemática del consumo desde un punto de vista ético ya que se supone que este sea la raíz del comportamiento y de la conducta del hombre. Sin embargo, Cortina apuesta por la ciudadanía del consumidor, y postula al hombre, como ciudadano, es decir, que es su “*propio señor con sus iguales*”. Hoy donde la ciudadanía no es propiedad de una comunidad política, sino que aparece universal, cosmopolita. El ciudadano debe formarse responsable y consciente para ejercer un consumo liberador y justo.

El ciudadano consumidor responsable no se deja manipular por la publicidad ni por los intereses de consumismo capitalista y deshumanizador, sino que actúa conscientemente a partir de su propia autonomía y bajo sus propios criterios.

La educación juega un papel fundamental en la transformación de un ciudadano consumista responsable. Los estándares educativos actuales no siempre privilegian el sano desarrollo del criterio necesario para enfrentar la avalancha consumista del mercado, observamos que la moda, la música y la tecnología, no se presentan de manera que favorezcan el sano desarrollo de la persona. La escuela no siempre brinda las herramientas necesarias para hacer frente a la invasión publicitaria del consumismo, muy a pesar de ella misma, en ocasiones pareciera incluso seguir el mismo juego de consumo. La creación de un nuevo estilo de vida donde el ciudadano se realmente tal y consume de manera responsable exige una verdadera revolución educativa.

Por lo anterior, el objetivo de este trabajo de investigación es presentar un “*nuevo estilo de vida*”, que aunque inserto en la vida y en el desarrollo de las sociedades consumistas, permite forjar una *ciudadanía responsable del consumidor* que se fundamenta en la educación del “*Bienser*” a partir de criterios autónomos, conscientes, responsables forman al hombre como un ciudadano responsable con miras a configurar un consumo justo para una sociedad justa. Y así, de esta manera, lograr como afirma Adela Cortina, “*ser señores de sí mismo con sus iguales*”. Es decir, al ser parte de este sistema consumista, el ciudadano debe consumir con grado de consciencia y no simplemente obligado por los que otros dicen que debe hacer.

CAPÍTULO I

LA SOCIEDAD DE CONSUMO Y SUS CARACTERÍSTICAS

El consumo es «una condición permanente e inamovible de la vida, y no está atado ni a la época ni a la historia»¹ debido a que todos los seres vivos para garantizar su supervivencia biológica recurren al consumo, y de ese modo, satisfacer sus necesidades primarias; convirtiéndose en «parte integral y permanente de todas las formas de vida que conocemos».²

Si la acción de consumir «es tan básica como la de respirar»³ en todos los seres vivos, ¿Cómo comienza a transformarse el sentido propio de esta condición permanente e inamovible de la vida, que pone a su servicio todas

¹ Zygmunt BAUMAN, “*Vida de Consumo*”, Trad. Mirta Rosenberg y Jaime Arrambide (Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2011), 43. **Bauman** (Poznan, Polonia, 1925 – Leeds, 2017), fue profesor emérito en la Universidad de Leeds y en la de Varsovia. Enseñó sociología en Israel, Estados Unidos, Canadá y otros países. Su extensa Obra, referidas a las problemáticas sociales y a los modos en que pueden ser abordadas en la teoría y en la práctica, lo convirtieron en uno de los principales referentes en el debate sociopolítico contemporáneo y en uno de los pensadores más audaces y provocadores. (Reseña en Portada).

² *Ibidem*.

³ Adela CORTINA, “*Por una Ética del consumo: La ciudadanía del consumidor en un mundo global*”, (Madrid: Taurus, 2002), 24. **Cortina** (Valencia, 1947) es una filósofa y escritora española, ganadora del Premio Internacional de Ensayo Jovellanos 2007. Catedrática de Ética de la Universidad de Valencia y Directora de la Fundación ÉTNOR, Ética de los Negocios y las Organizaciones empresariales. Ha sido galardonada en varias ocasiones, obteniendo el título de “Doctora Honoris Causa” por dos veces consecutivas. Entre los reconocimientos más recientes a su labor se encuentran el nombramiento como Miembro de la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas, siendo la primera mujer que entra a formar parte de esta institución. Su obra ha sido estudiada por varios escritores y profesionales de la ética.

las demás capacidades como las siguientes: biológicas, sociales, estéticas, intelectuales y religiosas, en la contemporaneidad; dando paso de ese modo, al fenómeno socio-político y económico que actualmente conocemos como “consumismo”?

De otra manera, ¿cómo la acción de consumir, en nuestras sociedades actuales, se convierte en una actividad necesaria tan “obvia” hasta el punto de radicarse como «una forma de vida en la que el consumo es un factor clave, no solo desde un punto de vista económico, sino también desde el cultural»⁴ y que a su vez, da paso al denominado “consumismo”, como un fenómeno de tendencia social, cultural y económico donde los individuos tienen predilección por la adquisición de productos meramente superfluos que al parecer les brindan confort y status social?

1. DEL “CONSUMIR” AL “CONSUMISMO”

Consumir, según *el Diccionario de la Real Academia Española*, en la segunda referencia alude a la acción de «utilizar comestibles u otros bienes para satisfacer necesidades o deseos»⁵ y a su vez, define al “*Consumo*” como «acción y efecto de consumir, comestibles y otros géneros de vida efímera»⁶ y termina definiendo al “*Consumismo*” como «tendencia inmoderada de adquirir, gastar o consumir bienes, no siempre necesarios».⁷ Las tres definiciones aunque cada una tiene su particularidad, termina con el mismo hecho que la relaciona: (Satisfacer - Bienes – Innecesarios de vida efímera).

⁴ “Ética del Consumo”, *El País*, Jueves, 21 de enero de 1999, consultado 08 mayo, 2017, https://elpais.com/diario/1999/01/21/opinion/916873203_850215.html

⁵ REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, “*Consumir*”, en *Diccionario de la lengua Española*, Espasa – Calpe, Madrid 2001.

⁶ REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, “*Consumo*”, en *Diccionario de la lengua Española*, Espasa – Calpe, Madrid 2001.

⁷ REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, “*Consumismo*”, en *Diccionario de la lengua Española*, Espasa – Calpe, Madrid 2001.

Por este motivo, la filósofa española Cortina no se equivoca en afirmar que consumir «ha terminado por convertirse, al parecer, en la esencia humana en el cambio de milenio».⁸ Con esta afirmación Cortina comienza el primer capítulo de su obra: *Por una ética de consumo* con la finalidad de presentar cómo esta acción correspondiente a todos los seres vivos, ha comenzado a subir los eslabones de la fama a partir del surgimiento de la producción en masa en el mercado, y también porque «solo los varones y mujeres han reconocido con hechos que en su ejercicio llevado al máximo ven el camino de la felicidad»;⁹ a partir de esto, comienza el juego del consumo y la producción.

Ahora bien, al iniciar se afirmaba desde la postura de Bauman, que el consumo es una “condición inamovible de la vida”, para comprender este inamovible, es necesario dejar claras tres ideas:

- *El Consumo es una condición permanente e inamovible de la vida*, porque el hombre es un ser impregnado de necesidades -primarias y fundamentales- inherentes a su naturaleza de ser vivo; para su existencia y para su desarrollo. Como también es un sujeto de necesidades superfluas, creadas por sí mismo, para la adquisición de bienes efímeros.
- *No está atado ni a la época ni a la historia*, puesto que por un lado, la acción y efecto de consumir siempre ha estado adjunto en la vida de todos los seres vivos desde sus inicios. Sin embargo, el consumo como concepto, se enlaza a la época de turno, ya que al humano le advienen cambios tanto en la manera de pensar como en su actuar, producir, crear, vivir y convivir con sus semejantes dentro de una sociedad; influyendo, de por sí, en un periodo histórico, ocasionando

⁸ CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 21.

⁹ CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 22.

que ese momento histórico en el que dicha sociedad se sitúa, evolucione por consiguiente, transformándose en una nueva época. Y como todo se transforma, en este caso, el sentido propio del concepto del consumo sufre modificación en su estructura ya no significando lo mismo sino muchas otras cosas más.

- *Todo el dinamismo del hombre* se efectúa principalmente para satisfacer sus necesidades primarias obrando mediante la “acción de consumir” con el fin de salvaguardar su existencia humana a través del orden y la satisfacción de las necesidades básicas propias y colectivas.

Así mismo téngase presente que el hombre como un ser dinámico, social y práctico, productor y transformador de su entorno donde se desarrolla, en su constante movimiento e insistente ansia de experimentar, deseo de novedades y afán de transformación, permiten que existan diversos cambios tanto en la manera de pensar como en el actuar, producir, crear, vivir y convivir con sus semejantes dentro de una sociedad.

Estos cambios influyen, de por sí, ocasionando que el periodo de tiempo histórico en el que dicha sociedad se sitúa, evolucione por consiguiente, transformándose en una nueva época.

Adela Cortina, resalta lo anterior con las acreditadas marcas que han ido rotulando la especie humana como por ejemplo, el *Homo faber*, el *Homo sapiens*, *Homo ludens*, y actualmente se añadiría *Homo consumens*.¹⁰ Todo se efectúa con el fin de salvaguardar la existencia humana mediante el orden y la satisfacción de las necesidades básicas propias del mismo y de la colectividad.

¹⁰ Adela CORTINA, “*Por una Ética del consumo: La ciudadanía del consumidor en un mundo global*”, (Madrid: Taurus, 2002), 21. **Homo faber**, hombre con capacidad de producir, **Homo sapiens**, hombre con capacidad de pensar, **Homo ludens**, hombre con capacidad de jugar y actualmente se añadiría **Homo consumens**, hombre con capacidad de consumir.

Esta nueva época tiene bases de formas de vida donde la acción de consumir, no solo hace referencia a acceder a los bienes comestibles u otros bienes para satisfacer necesidades o deseos; sino ha terminado por convertirse, según Adela Cortina, en la esencia humana. Porque “consumir productos del mercado es una acción tan obvia que nos resulta imposible imaginar cómo sería un mundo si ella”.¹¹ Pensamiento que en nuestras sociedades va tomando demasiado poder posesionándose como principio necesario, ocasionando de por sí una transformación en la concepción de dicha acción pasando de la mera acción de “consumir” bienes esenciales para la vida, al “consumo” de otros tipos de bienes, no tan esenciales para la existencia, más bien, otros géneros de vida efímera.

Ahora bien, las bases de formas de vida de nuestras sociedades contemporáneas manifestada en los grandes avances tecnológicos, la adquisición de los bienes necesarios sin mayor esfuerzo, la multiplicidad de información por doquier se encuentre, la apertura de centros comerciales, prestigio y reconocimiento social y la aceleración económica han conseguido, -como enfatiza José Vargas-, dar paso a la “Globalización” donde grandes mercados, la expansión de grandes empresas y la aceleración en el intercambio comercial entre diferentes naciones¹² modifican la estructura social, económica y cultural de la sociedad actual. Y como fruto de éste proceso histórico, económico y social, surge el fenómeno socio-político denominado en la sociedad contemporánea como “consumismo”. Tendencia inmoderada donde el hombre sumido en este sistema no solo adquiere, sino también gasta en pro de bienes de otros tipos de vida, que son a su vez efímeros, mediante la múltiple posibilidad de productos que ofrece el

¹¹ “Ética del Consumo”, *El País*, Jueves, 21 de enero de 1999, consultado 08 mayo, 2017, https://elpais.com/diario/1999/01/21/opinion/916873203_850215.html

¹² José VARGAS HERNÁNDEZ, “*Cultura y Globalización*”. Consultado: 22 - Marzo 2017, <https://www.espacoacademico.com.br/017/17cvargas.htm>

mercado, entendido como institución económica del mundo moderno¹³, donde la persona tiene para elegir un sin número de productos.

Llegados a este punto, para explicar la génesis del consumismo signada por el capitalismo y la globalización se tendrá en cuenta el juego de sumatoria relacional de tres conceptos muy particulares: La **Producción + Publicidad = Generador de deseos insaciables**, que conlleva al **Consumismo**. He aquí, la posible respuesta que a partir del cambio de milenio y el avance de este nuevo, se pasa de un “consumir” bienes básicos para la supervivencia y convivencia humana, por un “consumismo” de bienes puramente superfluos y de vida efímeras. Es decir, “consumismo” en el sentido estricto de la definición.

1.1. PRODUCCIÓN

«La sociedad de consumo es hija del capitalismo».¹⁴ El capitalismo como categoría histórica o como sistema económico de producción, se refiere en primer lugar, a «un sistema de iniciativa individual absolutamente libre, en el que los hombres se comportan como agentes libres en la búsqueda de su sustento y en el que no hay compulsiones ni restricciones legales»¹⁵ y en segundo lugar desde la perspectiva de Max Weber el capitalismo «existe dondequiera que se realiza la satisfacción de una necesidad de un grupo humano, con carácter lucrativo y por medio de empresas y con una explotación que tiene como espíritu una actitud para buscar ganancia, racional

¹³ El Mercado de la Ética”, *El País*, Lunes, 27 de Junio de 1994, consultado 08 mayo, 2017, https://elpais.com/diario/1994/06/27/opinion/772668011_850215.html

¹⁴ Renson VELANDIA JAIMES, “Origen y Efecto de la Sociedad de Consumo: Perspectiva emancipadora a partir de Zygmunt Bauman” (Tesis de Licenciatura, Universidad Pontificia Bolivariana, 2015), 11.

¹⁵ Maurice, DOBB, “Estudios sobre el desarrollo del capitalismo”, (México: Siglo XXI, 1981), 19.

y sistemática». ¹⁶ Sin embargo, para comprender la génesis de la producción es importante realizar un breve recorrido por los sucesos históricos que tuvieron lugar en la creación de este fenómeno social: del capitalismo mercantil al capitalismo industrial.

1.1.1. CAPITALISMO MERCANTIL Y CAPITALISMO INDUSTRIAL

Apoyado del trabajo de grado del Licenciado en filosofía y letras, Renson Velandia, se hará un breve recorrido por los diferentes sucesos históricos que dan explicación del surgimiento del capitalismo occidental moderno, especialmente en el paso que se da desde el capitalismo mercantil (agrícola – artesanal) al capitalismo industrial (máquinas – fábricas). Por medio de fases. Éstas sitúan al hombre a través de progreso histórico occidental desde la etapa pre-capitalista hasta la producción y una producción en masa, en gran cantidad de productos.

Así pues, para comprender al capitalismo como hoy día lo entendemos, es necesario comenzar situando al hombre en una primera fase, la “*pre-capitalista*” «donde su actividad económica era la provisión de las necesidades naturales básicas». ¹⁷ Por ende, el hombre como ser natural trata de satisfacer sus necesidades meramente naturales. No obstante, esta fase es superada por la implantación de un sistema económico denominado “*feudalismo*” «donde la posesión de tierra era la fuente de poder económico y político» ¹⁸ los señores feudales (terratenientes) tenían a su servicio a vasallos (siervos), para la producción y el trabajo fuerte de sus grandes propiedades de tierras en las que ambas partes, es decir, tanto los señores como los vasallos, eran recompensados por medio de los frutos que podían obtener del trabajo de

¹⁶ DOBB “*Estudios sobre el desarrollo del capitalismo*”, 19-20.

¹⁷ VELANDIA, *Origen y Efecto de la Sociedad de Consumo*, 14.

¹⁸ VELANDIA, *Origen y Efecto de la Sociedad de Consumo*, 14.

la tierra. Claro está, las ganancias en su mayoría le correspondían únicamente al señor feudal; en cambio, el vasallo podía tomar solamente lo que le garantizara la satisfacción de sus necesidades primarias.

Por otra parte, con el fin del sistema feudal, surge la época de las *relaciones salariales* «remuneración que recibe una persona por su trabajo».¹⁹ Que trae consigo «la creciente tendencia de conmutar prestaciones de trabajo por un pago de dinero»²⁰ y de esta manera, se pasa de ser un trabajo servil para conformarse como un *trabajo contratado*. En el cual, tanto señores como siervos se adaptaron en la manera de intercambiar las riquezas que producía la tierra.²¹ Conllevando esto a la calmada separación del señor feudal con sus vasallos, afirmarí Cortina «el tránsito del sistema feudal al Estado de derecho moderno supuso a la par, como es de bien sabido, el paso del vasallaje a la ciudadanía».²² Los vasallos se consideraban como «ciudadanos, señores de sí mismos y, conjuntamente, de la cosa pública, protagonistas de su vida personal y compartida»²³ donde también podían tener mediante el trabajo contratado su capital y gracias a este ingreso adquirirían más bienes sin estar supeditados a la voluntad de un amo y señor.

Fruto de este transcurso en la historia, de la caída de la producción agrícola y del feudalismo, surgen las ciudades²⁴ como asentamientos organizados alrededor de los monasterios, ríos o puertos marítimos albergando gran número de población que se valía del comercio como actividad económica impulsada por los artesanos y comediantes²⁵ y donde

¹⁹ VELANDIA, *Origen y Efecto de la Sociedad de Consumo*, 15.

²⁰ DOBB, *Estudios sobre el desarrollo del capitalismo*, 56.

²¹ Cfr., VELANDIA, *Origen y Efecto de la Sociedad de Consumo*, 15.

²² “Ciudadanía Social”, *El País*, Sábado, 8 de agosto de 1998, consultado 08 mayo, 2017, https://elpais.com/diario/1998/08/08/opinion/902527203_850215.html

²³ CORTINA, “Ciudadanía Social”, 3.

²⁴ Cfr., VELANDIA, *Origen y Efecto de la Sociedad de Consumo*, 15.

²⁵ Cfr., VELANDIA, *Origen y Efecto de la Sociedad de Consumo*, 16.

siervos y antiguos señores, aunque por vías distintas, empezaron a crearse cuerpos organizados que vinieron a poseer independencias económicas y políticas en diversos grados.²⁶

Todo este acontecimiento permitió la eclosión de una clase ascendiente denominada “burguesía” que durante el siglo XVI, se conformaría como un sistema económico basado en la prestación de la tierra, el comercio a gran escala, monopolizadora del mercado, dueña del capital, de las rutas comerciales, de los precios de los productos, afectando a los pequeños productores y trabajadores.²⁷ En síntesis, la nueva clase de comerciantes (los burgueses) comienza a florecer en el momento que toma consigo los negocios del comercio y el intercambio de bienes, situándose como los primeros garantes de la economía dentro de la sociedad de ese tiempo.

Llegados a este punto y ante los sucesos que la burguesía ha ocasionado, se da lugar a la aparición de inventos, que logran desplazar la mano de obra del hombre y por ende, generar una producción mucho más amplia para el mercado en tiempos mucho más reducidos, como lo son las máquinas y las fábricas industriales.

A partir de esta situación se logra dar el paso de la producción artesanal o agrícola -capitalismo mercantil-, a un nuevo y beneficioso sistema de capitalismo industrial, manifestado por las altas producciones de bienes para el mercado a precios muy bajos y en gran cantidad, dado que son hechos por máquinas que requieren menos mano de obra humana dentro de las fábricas. «Los talleres capitalistas (grandes factorías que empleaban trabajo asalariado absorbieron las antiguas corporaciones de artesanos) derrocaron el antiguo sistema e impusieron la producción industrial como un nuevo modo

²⁶ Cfr., Maurice DOBB, *“Estudios sobre el desarrollo del capitalismo (México: Siglo XXI, 1981), 92*

²⁷ Cfr., VELANDIA, *Origen y Efecto de la Sociedad de Consumo, 16.*

de producción».²⁸ Acontecimiento favorable para una parte de la sociedad, en especial, las clases pudientes o burguesas y menos provechosas para los artesanos y campesinos.

Más aún, la producción sigue teniendo cambio dentro del progreso social y económico de la sociedad en el momento en que los grandes capitalistas burgueses por la cantidad de bienes materiales y capitales implementan la actividad de acumulación de sus pertenencias porque entre más posesiones, más prestigio y reconocimiento en la sociedad. Afirma Bauman, la cantidad abundante y la acumulación de pertenencias, de bienes y de objetos personales, a causa de la estabilidad de lo seguro y de la seguridad de lo estable²⁹ entre los de la clase noble y comerciantes, pensado para un futuro, cuyo valor radicaba en el confort o la estima y acumulación de objetos resistentes en el tiempo y por lo tanto perdurables; todo tenía sentido obviamente en la sociedad moderna de productores porque es allí donde la gratificación parecía obtenerse de una promesa de seguridad a largo plazo y no del disfrute inmediato,³⁰ así comienza a cambiar esta situación en la medida que en la vida del hombre «el deseo humano de estabilidad deja de ser una ventaja sistémica fundamental para convertirse en una falla potencialmente fatal para el propio sistema, causa de disrupción y mal funcionamiento».³¹

Las consecuencias de este proceso histórico terminan haciendo que las fuentes de deseos aumenten descontroladamente tanto en volumen como en intensidad³² y anuncian una nueva era de bienes puramente superfluos hasta el punto de crear en el hombre nuevas necesidades insaciables que incita a

²⁸ VELANDIA, *Origen y Efecto de la Sociedad de Consumo*, 15.

²⁹ BAUMAN, *Vida de Consumo*, 48.

³⁰ BAUMAN, *Vida de Consumo*, 48-50.

³¹ BAUMAN, *Vida de Consumo*, 50.

³² Cfr., BAUMAN, *Vida de Consumo*, 50.

satisfacerse con productos, que, como expresa Bauman, vienen de la fábrica ya con su fecha de muerte³³. Conllevando en definitiva, a no entenderse la economía como la “ciencia de la administración de la casa, sino como la estrategia del consumo masivo y la producción masiva para una parte de la humanidad». ³⁴ Así pues, las personas jamás podrán ser así autónomas porque el consumo es un apéndice de la producción³⁵ dando paso, a su vez a la indiscriminada globalización de productos, negocios, servicios y demás, en definitiva: consumismo.

En síntesis, la necesidad de producir en serie o en masa toda clase de bienes, tanto necesarios para la existencia y superfluos para el confort, por las grandes industrias, que están en manos de tan solo una pequeña parte de la sociedad, la denominada: clase pudiente, clase alta, clase de empresarios; tiene como objetivo, brindar a la otra parte de la sociedad: los consumidores, objetos del mercado que ayudarían a satisfacer sus deseos y necesidades, tanto *verdaderas* como *falsas*.³⁶

Por otra parte, tengamos presente a Cortina al afirmar que es en el mercado del sistema consumista, especialmente en la venta del producto, donde se aprecia, por parte del hombre consumista, un determinado producto, sea material o inmaterial, más que recurrir a una encuesta o votaciones «conviene ponerlos en venta y averiguar cuánto está dispuesto a pagar por

³³ Cfr., BAUMAN, “*Vida de Consumo*”, 51.

³⁴ Adela CORTINA, “*Por una Ética del consumo: La ciudadanía del consumidor en un mundo global*”, (Madrid: Taurus, 2002), 22.

³⁵ “Ética del Consumo”, *El País*, Jueves, 21 de enero de 1999, consultado 08 mayo, 2017, https://elpais.com/diario/1999/01/21/opinion/916873203_850215.html

³⁶ MARCUSE, distingue entre dos tipos de necesidades: “**Verdaderas**” son las necesidades vitales, como alimentación, vivienda o vestido. “**Falsas**” son las que determinadas fuerzas sociales imponen a los individuos reprimiéndoles, y que no hacen sino perpetuar la agresividad, la miseria y la injusticia.

“Ética del Consumo”, *El País*, Jueves, 21 de enero de 1999, consultado 08 mayo, 2017, https://elpais.com/diario/1999/01/21/opinion/916873203_850215.html

ellos la ciudadanía».³⁷ El sistema consumista envuelve la mentalidad del individuo hasta el punto de convertirlo igualmente en objeto de consumo y para el consumo. En pensamiento de Bauman.

Así pues, muchos pensadores, afirma Adela Cortina, especialmente los economistas neoclásicos, desarrollaron teorías de la demanda del consumo, valiéndose del concepto de utilidad, donde afirmaban que el consumo era concebido como una acción que aporta satisfacción al que la ejecuta, sintonizándose con la corriente utilitarista, que pregona que el consumo válido o la adquisición de los productos del mercado de manera correcta, es aquel que proporcione la mayor utilidad al mayor número,³⁸ utilidad que trae consigo bienestar, prestigio e identidad para la comunidad de la sociedad. En contraste de esta posición, en la mirada de Amartya Sen, trae a colación Cortina, el bienestar de la sociedad no se mide desde la utilidad, sino desde las habilidades del ciudadano. Termina postulando Cortina que «el criterio utilitarista tiene dos insuficiencias: impide entender la justicia como universalidad, al conformarse con el “mayor número”, cuando en Estados sociales el principio de justicia no puede ser sino la universalidad y se equivoca al intentar medir el consumo desde un patrón observable, porque las personas al consumir no buscan solo una satisfacción medible».³⁹ Por ese motivo, es urgente tener una ética del consumo, «urge crear y fomentar organizaciones reocupadas por el “consumo justo”, preocupadas por advertir qué productos originan daños social y están, por tanto, vedados a una sociedad que se pretenda justas»⁴⁰ que intente guiar al ciudadano a la adquisición sana, responsable y justa y universal de los productos que el

³⁷ “El Mercado de la Ética”, *El País*, Lunes, 27 de Junio de 1994, consultado 08 mayo, 2017, https://elpais.com/diario/1994/06/27/opinion/772668011_850215.html

³⁸ Cfr., CORTINA, “Ética del Consumo”, 3.

³⁹ Cfr., CORTINA, “Ética del Consumo”, 3.

⁴⁰ Cfr., CORTINA, “Ética del Consumo”, 3.

mercado presenta, para que propicien una vida buena a las personas, respetando sus creencias básicas y sus formas de vida, que les informen a los consumidores sobre el origen del producto y sobre las consecuencias que pueden tener para el medio ambiente y para la relaciones con los demás semejantes en la sociedad.

1.2. PUBLICIDAD

La producción, aunque independiente en sí misma, necesita de un medio que le otorgue veracidad y que haga que el producto en venta impacte ante la mirada de la persona, creando necesidad de elección y de adquisición, esta técnica es la publicidad.

La publicidad, por su parte, actúa en la actual sociedad y en la vida de los individuos, -hablando metafóricamente-, como componente esencial del aire que se respira.⁴¹ Ésta se encuentra libremente recorriendo las calles, entrando a los hogares, oficinas, horarios familiares, traspasando fronteras llegando hasta el último rincón del planeta, y por qué no, llega hasta las afueras del mismo; de modo que se convierte en una red de consumo que logra llegar hasta el confín de la tierra, abriendo con ello un universo de posibilidades⁴² y todo con el objetivo de permear lo que a su encuentro se presente.

De esta manera, toma validez lo afirmado por Torres I Prat, en su obra “*Consumo, Luego Existo: poder, mercado y publicidad*”, «Si cruzamos el umbral de nuestras casas paseamos entre publicidad -escaparates, vallas, carteles luminosos, etc.- y, al volver a nuestro hogar, la publicidad pasea entre

⁴¹ Cfr., Joan TORRES I PRAT, “*Consumo, Luego Existo: Poder, mercado y publicidad*”, 5 Consultado: 20 enero 2017.

http://www.letra.org/spip/IMG/pdf/Consumo_Luego_Existo._Poder_mercado_y_publicidad.pdf

⁴² CORTINA, *Por una ética de consumo*, 25.

nosotros. De hecho es prácticamente la única forma comunicativa de la que no hay manera de escapar». ⁴³ Porque consigo adviene lo que el hombre desea, anhela y quiere, para satisfacer sus necesidades; dado que con ellas vienen - por medio de palabras-, productos como el elixir de la vida.

Más aún, vienen propuestas, promesas y discursos que se revelan como el lenguaje básico de una civilización organizada por y para la mercancía ⁴⁴ de la que el hombre ha querido siempre escuchar, leer y experimentar. Propuestas que conducen a la fama, al reconocimiento y a la aceptación y que por fin, están a su alcance.

Sin embargo, «la publicidad presenta otros aspectos que, olvidados por sus detractores, superan una simple caracterización como técnica de persuasión para fomentar las ventas y la ponen en contacto con otras áreas de convivencia humana que se aproximan a ese conjunto de normas, símbolos y estímulos que, al ser asumido por los individuos, ha sido bautizado por los antropólogos con el nombre de cultura». ⁴⁵

Ahora bien, ¿Cuál será la génesis de la publicidad? ¿Cuál es su objetivo en la sociedad de consumo? Señalar un periodo histórico o datar una fecha exacta del inicio de la publicidad es un trabajo arduo, dado a los múltiples aportes que autores señalan. Sin embargo, aquí en este capítulo se pretende hacer un breve recorrido por la historia con el fin de tener por lo menos, una génesis aproximada, apoyado de diferentes fuentes bibliográficas.

⁴³ Cfr., Joan TORRES I PRAT, “Consumo, Luego Existo: Poder, mercado y publicidad”, 5.

⁴⁴Cfr., Joan TORRES I PRAT, “Consumo, Luego Existo: Poder, mercado y publicidad”, 6.

⁴⁵ J. R. SÁNCHEZ GUZMÁN, “Teoría de la Publicidad”. (Madrid: Tecnos, 1993), p. 19.

1.2.1. ANTECEDENTES DE LA PUBLICIDAD

La publicidad es un campo muy complejo y competitivo.⁴⁶ Sin embargo, para algunos pensadores, el origen de la publicidad, puede entenderse desde dos perspectivas. La primera afirma que la publicidad no tiene historia porque es consecuencia de la sociedad del consumo.⁴⁷ Y la segunda hace alusión al periodo de la prehistoria, especialmente con las pinturas rupestres.⁴⁸ J. Thomas Russell y W. Ronald Lane, Otto Kleppner en su libro “*Publicidad*” mencionan: «La publicidad es tan antigua como la misma civilización [...] donde la necesidad de hacer publicidad parecer ser parte de la naturaleza humana».⁴⁹

Más tarde, el progreso de la publicidad se hace más evidente en Babilonia. Cuando aproximadamente en el año 3000 A.C. se descubrieron unas tablillas con inscripciones para un comerciante de ungüento, un escribano y un zapatero. Después, nuevos descubrimientos demostraron que en Egipto existieron papiros que exhumados de las ruinas de Tebas muestran que los egipcios antiguos tenían mejor medio para escribir sus mensajes. Y por último, en Grecia los griegos contaban con pregonero que anunciaban la llegada de los barcos con cargamento de vino, especias y metales. Los

⁴⁶ Maite PELLIZER, “*Ética y Publicidad: un binomio polémico*” Question, Volumén, 1, nº 31, (2011), consultado 30 junio 2017, http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/34490/Documento_completo.pdf?sequence=1

⁴⁷ “Orígenes de la publicidad”, consultada 30 junio 2017, <http://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADPE0000591/C1.pdf>

⁴⁸ **Pinturas Rupestres:** El hombre decora paredes y techos de las cavernas (del 20.000 al 10.000 A.C.), su tema son: los animales salvajes: bisontes, toros, caballos, mamuts... en colores: negro, rojizo, ocre, amarillo (fijados con grasa); formas naturalistas con trazos sencillos y graciosos. Las cuevas más famosas son las de Altamira (Santander – España), llamada también la capilla Sixtina de la Prehistoria. **P. José Giraldo Z. Sdb, “Notas de Historia del Arte”, 8.**

⁴⁹ Otto KLEPPNER, “*Publicidad*”, (México: Prentice Hall Hispanoamericana, Doceava Edición, Traducido por: Georgina Greenham del Castillo, 1996), 4-5.

pregoneros después se convirtieron en el medio más común de anuncios públicos en muchos países europeos.⁵⁰

En la modernidad con la invención de la imprenta surgieron nuevos medios de comunicación y de anuncios como fueron los carteles, letreros y por último, los periódicos y las revistas que impulsaron a muchos comerciantes a anunciarse y consigo, sus bienes.

A mediados de los años 1840 al 1845 aparecen las primeras agencias publicitarias⁵¹. Ahora bien, con la revolución industrial surge la producción de masa, es decir, la producción en serie, que obliga a los comerciantes a mejorar la calidad y la forma de sus productos, pero no solo basta la mejora, sino que las personas conozcan de las renovaciones del producto y de este modo se hace necesario la publicidad, dado que «es parte integral de nuestro sistema económico y está relacionada en forma directa con la fabricación, distribución, comercialización y venta de productos y servicios».⁵² Muchos mencionan a Estados Unidos como el impulsor de la sociedad del consumo y por lo tanto, de la publicidad actual.

En otro orden de cosas, otras posturas acerca del nacimiento de la publicidad afirman que se da a partir del comercio, especialmente entre la relación existente entre dos tipos de sociedades, una sociedad consumidora y la sociedad productora. En donde la segunda crea una lógica comercial debido a las necesidades que la primera sociedad presenta; mostrando productos que ayudaran a satisfacer sus deseos, recurriendo a la publicidad como guía ante la elección.

⁵⁰ Cfr., KLEPPNER, “Publicidad”, 4.

⁵¹ Cfr., KLEPPNER, “Publicidad”, 9-11.

⁵² KLEPPNER, “Publicidad”, 4.

Es de esta manera cuando se pasa de una *economía de la precariedad*,⁵³ -donde las necesidades del hombre eran más grandes que los recursos que le ofrecía su entorno y donde el problema esencial era el *acceso y la adquisición*- a la *economía de la opulencia*,⁵⁴ -donde ahora sobreabundan los recursos y aparece un nuevo problema, es el de la elección-. Y he aquí donde aparece la publicidad como aquella técnica que guía, presenta, informa y orienta al hombre para la venta y adquisición del producto. Finalmente, se origina la *economía especializada*,⁵⁵ donde por el advenimiento de la revolución industrial, la producción pasa a ser una producción en masa, todo con el fin de satisfacer los deseos públicos. Por esta razón, la publicidad funciona como una motivación para que el individuo acceda al consumo de los bienes tanto fundamentales como superficiales.

En resumidas cuentas, después de haber hecho un breve recorrido desde las diferentes posturas que se han afirmado sobre la génesis de la publicidad, logramos comprender que es una técnica de ventas que, al incorporar una carga de persuasión en sus mensajes, se introduce en la mente del consumidor a quien se dirige para cumplir con eficacia sus objetivos comerciales.⁵⁶ Es decir, la publicidad en nuestra sociedad contemporánea tiene relación con la producción y con el consumo, o dicho de otro modo, la publicidad tiene como fin presentar e informar sobre un producto del mercado de manera tan opulenta y que convenza para que éste acceda a él y pueda adquirirlo. Así pues, el anuncio publicitario como una técnica que guía y orienta al hombre, hace referencia a la idea sobresaliente del producto en el mercado de manera que se impregne en la mente del hombre, con el fin de lograr su venta y su

⁵³ Cfr., “*Génesis de la publicidad, sus postulados y sus evoluciones*”, consultado, 30 junio 2017, http://www.quadernsdigitals.net/datos_web/biblioteca/l_571/enLinea/2.pdf

⁵⁴ “*Génesis de la publicidad, sus postulados y sus evoluciones*”.

⁵⁵ “*Génesis de la publicidad, sus postulados y sus evoluciones*”.

⁵⁶ PELLIZER, *Ética y Publicidad: un binomio polémico*” 9.

expansión, sin olvidar que es también una estimulante en la creación de necesidades falsas en el consumidor.

Por último, es preciso anotar que otro de los objetivos que la publicidad trae inherente es la de recrear un mundo de fantasía, un mundo de apariencia escondiendo tras de sí, lo real. Un mundo donde todo transcurre con total normalidad, donde todo es accesible, todo se puede tomar o dejar a la vez, todo es bueno y grato, todo conduce a la felicidad anhelada y deseada mientras que la realidad de lo real está destruyéndose de manera vertiginosa. Mediante campos perceptivos que desde la postura de Torres, «todo es “verde, natural, libre, hermoso, amable y divertido”,⁵⁷ mientras en el plano real, la producción industrial de productos lácteos presupone un sórdido mundo industrial, agroquímico, farmacéutico y disciplinario -amén de una crueldad muy cuestionable para con las vacas-, en el plano imaginario se reconstruyen mundos idílicos y pastoriles. Mundos que, en el plano de lo real, están en un acelerado proceso de extinción».⁵⁸ Interesante es saber que muchas personas ya han dedicado gran cantidad de su tiempo al estudio, análisis e investigación de este fenómeno dado, el revelado consumismo. Joan Torres lo hace desde una perspectiva publicitaria. Realmente, cómo se está sobrepoblados la sociedad de informaciones por doquiera los ojos fijen su mirada. Sí, informaciones que solamente en su gran parte lo que hacen es desinformar, su objetivo desde el Complejo comercial publicitario, es más bien, adentrar al hombre sutilmente a un mundo de fantasía, de alucinación publicitaria como propone Torres.

Otra forma en la que la publicidad cumple su función es por medio de las encuestas o votaciones. Siendo éstas, unas herramientas que se utilizan

⁵⁷ Cfr., Joan TORRES I PRAT, “Consumo, Luego Existo: Poder, mercado y publicidad”, 5 Consultado: 20 enero 2017.

http://www.letra.org/spip/IMG/pdf/Consumo_Luego_Existo_Poder_mercado_y_publicidad.pdf

⁵⁸ TORRES I PRAT, “Consumo, Luego Existo: Poder, Mercado y Publicidad”, 5.

principalmente en las empresas comerciales para conocer el impacto que su creación -(producto en venta)- ocasiona ante la mirada y la vida de la persona, para controlar, y de igual modo, corregir los reclamos de insatisfacción que también pueden ocasionar.

Sin embargo, estas encuestas, aunque para las empresas sean útiles y provechosas porque les da indicios de mejorar el producto del mercado o crear nuevos productos y nuevas necesidades a los individuos consumidores; a éstos, en cambio, «los sitúa en un mundo irreal, alejado de ese momento de la verdad que es la urgencia de la acción, y por eso le permiten realizar impunemente toda suerte de elegantes declaraciones».⁵⁹

1.3. EL CONSUMISMO

El consumismo es una tendencia que incita a la adquisición de bienes de vida superflua; como se expresaba anteriormente. Sin embargo, es importante ser consciente de la postura o el punto de vista que se tiene al momento de estudiar, analizar, evaluar y explicar esta tendencia, dado a que por una parte, es resultado del mismo progreso histórico social. Y por otro lado, cuando se afirma que proviene del resultado de la suma que existe entre los conceptos de producción y la publicidad.

Por otra parte, tiene consecuencias no tan positiva en la relación del hombre consigo mismo, con sus semejantes, y con el medio ambiente. En otras palabras, el consumismo como resultado del progreso histórico social, tiene un lado positivo, de avances de construcción de la sociedad y de enriquecimiento de los demás ámbitos como el político, social, económico, religioso y cultural. Y en su anverso, no es tan positivo, sino que sus

⁵⁹. “El Mercado de la Ética”, *El País*, Lunes, 27 de Junio de 1994, consultado 08 mayo, 2017, https://elpais.com/diario/1994/06/27/opinion/772668011_850215.html

consecuencias pueden ser más que destructoras, puede ser nocivo para la materia y el espíritu del hombre y de la naturaleza.

Actualmente, muchos pensadores filósofos y sociólogos entre otros, han hecho referencia al “consumismo” desde estudios y análisis profundos, concordando en afirmar que este fenómeno socio-político y económico es un tipo de acuerdo social⁶⁰ que se ha constituido en la esencia del ser humano,⁶¹ posibilitando nuevas experiencias hacia la felicidad (Lebergott),⁶² que de igual modo, permite a los individuos acceder a las gamas de bienes que se les presentan para que experimenten y gocen, incluso, creando nuevos mundos desde los deseos (Campbell),⁶³ más aún, otorga beneficios tanto personales como sociales convirtiéndose así en un estilo dentro de la sociedad de consumo.

Parafraseando en lo que insiste Bauman, el consumismo comienza hacer parte de la vida del hombre, en algo rutinario de las actividades cotidianas del hombre y sin demasiada planificación, incluso, sin pensarlo dos veces ya que estable se está realizando.⁶⁴ Por ejemplo, el salir de compra, conseguir los alimentos, acceder a los servicios públicos de la ciudad, la educación escolar y universitaria, el festejar un logro en familia o en un centro comercial o dado lugar en un salón de eventos, los espacios recreativos y lúdicos, las excursiones, las vacaciones familiares, de amigos o empresarial, en Semana Santa, en los cortes de semestres y en Navidad, la adquisición de prendas de vestir y sus accesorios decorativos, etc. La mayor parte del tiempo consumimos, hasta el mismo tiempo, en actividades innecesarias solamente por ocio; lo que comúnmente se le conoce como actividades no productivas.

⁶⁰ BAUMAN, *“Vida de Consumo”*, 47.

⁶¹ CORTINA, *“Por una Ética del consumo”*, 21.

⁶² CORTINA, *“Por una Ética del consumo”*, 24.

⁶³ CORTINA, *“Por una Ética del consumo”*, 24.

⁶⁴ Cf., BAUMAN, *“Vida de Consumo”*, 43.

Pero, desde otro orden de cosas, es generador de desigualdad, desplaza la cultura sólida por una líquida⁶⁵ que se resiste a toda planificación, inversión y acumulación a largo plazo⁶⁶ dando lugar a un tipo de vida acelerada (Bertman)⁶⁷ y mediatizada, donde lo más probable es que «terminen en la basura incluso antes de haber producido alguna satisfacción».⁶⁸

Por otra parte, desde una mirada no tan positiva, el consumismo se ha erigido como un estilo de vida en la sociedad contemporánea. Su influencia vertiginosa ha incapacitado al hombre para el ejercicio libre de su desarrollo humano en cuanto al modo de relación con sus iguales. Sostiene J.P. Mayer «El consumo, como nuevo mito tribal, ha llegado a ser la moral de nuestro mundo actual. Está destruyendo las bases del ser humano, es decir, el equilibrio entre las raíces mitológicas y el mundo del logos que, desde los griegos, mantuvo el pensamiento europeo».⁶⁹ Así mismo, propulsa al hombre de pasar de las relaciones interpersonales para convertirse en meras relaciones digitales e instrumentalizadas como sostiene Bauman, Sociólogo Polaco, «la mayor parte de la vida social se encuentra mediatizada electrónicamente (o más bien donde la vida social ya se ha transformado en una vida electrónica o cibervida, y donde la mayor parte de la “vida social” se desarrolla en compañía de una computadora, un Ipod o un celular, y solo secundariamente con otros seres de carne y hueso)».⁷⁰ Continúa y profundiza, el sociólogo, en el análisis de la trama y los mecanismos por los cuales la sociedad actual, en su fase de modernidad líquida, condiciona y diseña las vidas de los sujetos centrándose en sus particularidades como consumidores.

⁶⁵ Cfr., BAUMAN *“Modernidad Líquida”*.

⁶⁶ BAUMAN, *“Vida de Consumo”*, 51.

⁶⁷ Cf., BAUMAN, *“Vida de Consumo”*, 51.

⁶⁸ Cf., BAUMAN, *“Vida de Consumo”*, 51.

⁶⁹ J.P. MAYER, *“prefacio a La sociedad de consumo: Sus mitos y sus estructuras, por Jean Baudrillard”*, (España: Editores siglo XXI, 2007), XIV.

⁷⁰ BAUMAN, *“Vida de Consumo”*, 23.

Y, sin embargo, es significativo aludir los grandes avances que el consumismo ha traído consigo, como afirma la filósofa española Cortina, todo su anverso tiene su reverso y de esta manera es elogiado mencionar que el consumismo ha ayudado a mejorar, en ciertos momentos la calidad de vida del hombre, el desarrollo de su personalidad, siempre y cuando no apunten a los extremos, todo en la justa medida es lo agradable, lo que puede conducir a la felicidad anhelada. Los medios de comunicación, de investigación, en pocas palabras, el avance tecnológico, que tienen un papel esencial en esta sociedad permiten explorar lo que antes se pensaba que era inexplorado, un ejemplo esencial que a su vez es mencionado por la filósofa es la biotecnología que permiten evitar enfermedades que ocasionan inmenso sufrimiento en los seres humanos, mejora los productos vegetales y especies humanas, trasplantar órganos, evitar la muerte prematura etc.⁷¹

Por otra parte, los valores gratos de compartir en familia en una cena navideña, el cumpleaños del ser querido, el pasear la familia por un centro comercial, el llevar al niño o a la niña a un parque de diversión, buscar parejas afectivas, el acceder a la información desde la comodidad del hogar u oficina, hacer la vida un poco menos dolorosa para aquellas que sufren con espacios de relajación, el internet, ahorrar tiempo en filas, ya desde la misma casa se puede hacer giros o transacciones de dinero, jugar, expandir la lista de amistades, viajar, conocer, explorar el universo, llevar proyectos de investigación desde la casa y desde la comodidad de realizarlos con amigos desde otros puntos de la tierra, escuchar música, hacer reminiscencias por medios de las imágenes fotográficas y/o videos, ayudas humanitarias a países devastados por la violencia o por fenómenos naturales, en los análisis biológicos la creación de embriones para ayudar a la comprensión del desarrollo mediante estudios

⁷¹ CORTINA, *Por una Ética de Consumo*, 27.

En síntesis, todo depende de la manera en que se mire el consumismo, afirmaría Cortina, todo depende de la “*forma*” de consumir, no del hecho mismo de hacerlo.⁷² Todos consumen, padres, hijos, vecinos, profesionales, productores, desempleados, discapacitados etc., porque en realidad como seres vivos y siempre en desarrollo, en movimiento se tiene como primacía, la *necesidad* de satisfacer las necesidades de bienes básicas. Pero algunos consumen por consumir, por el afán de seguridad, de aparentar, de ser reconocidos de ser aceptados, de ser los mejores acceden al consumo de puros bienes superfluos. En cambio, otros lo hacen con medida, con equilibrio, con consciencia, acceden a un consumo responsable, lo hacen con una ética.

Adela Cortina en todos sus postulados hace una apología de la ética del consumo, donde debería ser responsable y justo en la medida que se le informe al ciudadano, que se le asesore sobre la naturaleza de los productos, sobre la relación de la calidad – precio y sobre todo, lo más importante, información válidas y verificables sobre las consecuencias tanto para él, como para determinados productos en el conjunto de la sociedad y en el medio ambiente. Y así, el consumo ético proporcionaría a las personas una vida buena, una vida de calidad, una vida de relaciones interpersonales, del disfrute de la naturaleza, del desosiego y la paz, y lo mejor apto para todos los seres humanos de la sociedad.⁷³

⁷² CORTINA, *Por una Ética de Consumo*, 31.

⁷³ Cfr., “Ética del Consumo”, *El País*, Jueves, 21 de enero de 1999, consultado 08 mayo, 2017, https://elpais.com/diario/1999/01/21/opinion/916873203_850215.html

1.4. LOS DESEOS Y NECESIDADES: PATRONES O MOTIVACIONES AL CONSUMISMO

Los patrones o motivaciones que conducen al consumismo, en primera instancia, conducen al hombre a *consumir*. Es decir, a la acción básica de satisfacer sus necesidades primarias como la de alimentarse, recrearse, vivir en un lugar digno, etc. Pero el cambio se da, en la medida en que se analice la adquisición de bienes debido a la producción en masa y a las propagandas publicitarias que hacen las compañías de los productos; los cuales son las fuentes principales que generan deseos insaciables en los individuos induciéndolos a un consumo enajenante. Éste a su vez se convierte en compulsivo y desenfrenado, debido a que cada vez salen al mercado nuevos productos, como respuesta a las nuevas necesidades creadas en el hombre, por el principio de que «los productos nuevos necesitan nuevos deseos y necesidades».⁷⁴ En otras palabras, lo que distingue la adquisición es la forma de consumir, y no el hecho mismo de hacerlo⁷⁵; o sea, la tendencia inmoderada e inconsciente en cierta medida, de adquirir, gastar o consumir bienes, no siempre necesarios, es lo que clarifica la forma simplemente de carácter superflua y efímera⁷⁶. En vista de lo anterior, algunos patrones que logra dilucidar el paso del consumir -como acción-, al consumismo -como tendencia inmoderada que se erige como sistema- desde la óptica de Cortina son los siguientes:

⁷⁴ Cfr. BAUMAN, *Vida de Consumo*, 50-51.

⁷⁵ Cfr. BAUMAN, *Vida de Consumo*, 50-51.

⁷⁶ REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, “Consumismo”, en *Diccionario de la lengua Española*, Espasa – Calpe, Madrid 2001.

1.4.1. ANSIA DE SEGURIDAD

La seguridad siempre ha acompañado al hombre desde un principio. Es posible afirmar que la seguridad, al igual que la capacidad de consumir, ha estado ligada al hombre, y su origen es incierto. Se conoce que el primer deseo del hombre es tener seguridad de su existencia, es decir, salvaguardar su vida. Como consecuencias de ésta, depende el resguardar su hogar, sus posesiones y posiciones sociales, tanto para una clase social como para otras.

La filósofa española Cortina propone dos tipos de seguridad en el consumo. La primera seguridad es concebida desde la vida de las personas en los países ricos⁷⁷. Donde los consumidores, adquieren bienes - productos del mercado, -permeado por la idea de la marca, mayor costo, reconocimiento social y la moda; inducidos por los avisos publicitarios según sus hábitos y gustos- con el fin de mantener su puesto – status, confort y respeto en la sociedad de consumo. Y la segunda es la imagen del nuevo rico⁷⁸. Que aún, viviendo con el salario mínimo, aparenta ser de estrato social alto, porque teme ser mal visto y recibido en la sociedad; comprando lo más costoso para al menos sentirse seguro de su “poder económico”.

Por otra parte, el sociólogo polaco Bauman expresaría que en la fase sólida de la modernidad donde se deseaba con mayor intensidad la apropiación, la posesión y la acumulación de objetos, el anhelo intrínsecamente humano de tener «un marco seguro y resistente al tiempo, un marco confiable, ordenado, regular y transparente y por lo tanto perdurable, es lo que hace que el hombre apostara por la seguridad. Ese anhelo fue una excelente materia prima para la construcción de estrategias de vida y patrones

⁷⁷ Cfr., CORTINA, “*Por una Ética del Consumo*”, 83.

⁷⁸ Cfr., CORTINA, “*Por una Ética del Consumo*”, 83.

de comportamiento indispensable en aquella era de “la cantidad es poder”, y “lo grande es bello”, una era de masas». ⁷⁹

Ahora bien, en la modernidad líquida no se concibe a la seguridad como un marco resistente y perdurable para la subsistencia a largo plazo, para un futuro; sino que es vista desde la forma en que otorga al hombre la certeza de obtener y saciar sus deseos inmediatos, instantáneos y ligeros, es decir, de gozo superfluo, que otorga un puesto reconocido dentro de la sociedad de consumo y de ser alguien que está fuera y lejos del anonimato, protegiéndose de todo atentado tanto real como falso que provenga del otro lado, en otras palabras, es la responsable de llevar al hombre a lo que se cree que sería la (¿Falsa?) felicidad.

1.4.2. DESEO DE NOVEDADES

A quién realmente no le atrae lo nuevo, lo reciente, lo más actual, lo que no se había oído, mencionado, visto; a quién realmente no le fascina o siente gran estima por lo novedoso, por las ofertas, por las promociones, por el parque nuevo construido en el barrio para todos los habitantes, por la tienda de cosméticos en donde sus productos son traídos del extranjero, de la sala de peluquería recientemente abierta en la esquina de la calle que conduce al vecindario; quién no degusta de la panadería que cada hora tiene pan recién salido del horno con el queso derritiéndose, quién no visita el centro comercial cercano y lujoso que abre sus puertas para todos, quién no se siente feliz luciendo su vestido o traje, comprado en un reconocido almacén, para una fiesta de 15. O qué niño o niña no se siente satisfecho/a y quiere demostrar su juguete nuevo que sus padres le han obsequiado en su cumpleaños o por el paseo y visita a lugares no conocidos, estas y muchas situaciones afirman que todos los hombres se sienten atraídos por el deseo de

⁷⁹ Cfr., *BAUMAN, Vida de Consumo*, 48.

novedad. Sin embargo, hasta ¿qué punto se inmerge el hombre por lo nuevo, descuidando lo que obtuvo por que ya no le place?

Se creería que el problema no está en conseguir objetos de calidad, ni mucho menos novedosos, la situación radica en que el hombre por el ansia de tener a su disposición objetos de gran novedad, es capaz de olvidarse de los que ya posee y hasta de sí mismo, con el hecho de querer estar en la “onda”, de aparentar no ser inferior a los que ya tienen por ejemplo el nuevo teléfono.

A mi mente me llega un episodio en que fui testigo de esta situación. Estaba en un centro comercial, en uno de los locales de telefonía y de accesorios telefónicos, porque quería comprar un teléfono celular ya que el que tenía anteriormente ya le había llegado la hora de muerte, como diría Bauman, «los productos salen de la fábrica, con su “obsolescencia incorporada”»⁸⁰ hablando con la señorita de la empresa de telefonía que me estaba asesorando para la adquisición, llega un hombre y pregunta por si el celular que las publicidades presentan ya estaba disponible y si lo tenían ahí y cuál era su precio, la señorita amablemente le contestó a todas sus inquietudes y el señor dijo, que muy pronto volvía, que iba por el dinero al cajero que se lo apartara. Al irse el señor, ella me dijo, “Cómo estamos en esta sociedad, hace menos de 15 días, yo le vendí el celular que tiene que es de la última generación”. En ese episodio aconteció con un señor de promedio de edad, diría unos 45 años. Ahora bien, esta tendencia es mucho más fuerte en los jóvenes, por eso es necesario despertar en ellos la consciencia de ser responsables ante el consumo, de sentirse libres y dueño de sí y de sus elecciones y no simplemente actuar porque unas vallas publicitarias, que a su vez es el deseo de las grandes compañías, les inducen a que escojan.

Este deseo impuesto en la mente del hombre hace que las acciones conduzcan al individuo a satisfacerlo, y a su vez, despertando en él otras

⁸⁰ BAUMAN, *Vida de Consumo*, 51.

nuevas necesidades. Afirma Cortina desde la postura de Campbell, “la novedad se encuentra ligado a una de las capacidades más profunda del ser humano que el marketing, con el perpetuo desajuste entre el sueño y la realidad, ha sabido y sabe aprovechar de forma magistral, la capacidad de crear nuevos deseos”.⁸¹

1.4.3. BÚSQUEDA DE IDENTIDAD

Este afán es más característico en la condición juvenil. Sin embargo, como escribe Cortina, «no es fácil decidir si fueron los consumidores quienes afanaron por forjar su identidad a través del consumo de mercancías o si fueron los expertos en marketing los que les sirvieron en bandeja de plata un conjunto de símbolos que, ligados a los productos, les permitían ganarse una identidad soñada». ⁸² Pero lo que sí sabemos, es que son los jóvenes y las mujeres el principal “punto blanco” para las empresas, el marketing y el consumismo, donde se valen para entronizar al mercado productos que les dan status y les ayudan en las dificultades de la vida, haciéndoles creer que la existencia sería feliz, en cuanto accedan a ellos. Y las empresas apoyándose de los anuncios publicitarios y de importantes celebridades, muestran en el mercado la mercancía, conllevando que los denominados “puntos blanco” busquen y hagan lo posible por conseguir el producto para parecerse a su famoso/a favorito/a.

Campbell, insiste, que son los jóvenes los que pueden buscar su identidad a través del consumo y cambiar de estilo de vida para insertarse en los grupos que admiran⁸³. Sin embargo, no excluye al resto de individuos; por el contrario todos son garantes de este fenómeno dentro de la sociedad líquida

⁸¹ CORTINA, “*Por una Ética del Consumo*”, 85-86.

⁸² CORTINA, “*Por una Ética del Consumo*”, 81.

⁸³ Cfr., CORTINA, “*Por una Ética del Consumo*”, 82.

moderna que los acoge. Donde los adultos también buscan estilos de vida de consumo cómodos que les garanticen identidad y estatus social.

Desde la propuesta de la profesora española, se dice que los productos de los marketing eran pensados por los ideólogos a partir de conjunto de símbolos que permitían ganar al consumidor la identidad soñada.⁸⁴ La búsqueda de identidad va muy unida a la búsqueda del éxito social y al reconocimiento y aceptación dentro de la misma. – No soy solamente Julano o Fulano de Tal, sino que soy Fulano o Sutano, el súper play, el patrón, el mejor, el de la onda.-

El consumo se vuelve pues, en la base de la autoestima y de la estima social, en el camino más seguro para la felicidad personal, para adquirir un estatus social y para el éxito de la comunidad política.⁸⁵ En la sociedad de consumidores la identidad personal está ligada en gran parte al parecer de la sociedad, siendo ésta la que garantiza el acceso y la pertenencia del grupo selectivo en busca de una mejor vida, sencilla y del disfrute inmediato. Pero como todo anverso tiene su reverso, la identidad puede ser también entendida dentro de la sociedad moderna de consumo como aquella que designa una diferencia a un individuo de los otros, aun perteneciendo al mismo clan, así se confirma que todos son diferentes aún en la misma diversidad.

1.4.4. ASPIRACIÓN A LA IGUALDAD

El querer consumir porque mi vecino consume y vive feliz, comprar porque mis compañeros de oficinas poseen grandes bienes y son respetados, adquirir en gran cantidad objetos del mercado de marcas porque prestigio se gana, consumir porque la mayoría es la que gana y la minoría a comprar para ser parte de la mayoría. Ahora bien, se consume porque se quiere o porque no

⁸⁴ Cfr., CORTINA, “*Por una Ética de Consumo*”, 80.

⁸⁵ Cfr., CORTINA, “*Por una Ética de Consumo*”, 66.

se puede permanecer por debajo de los demás, se tiene que ser justo en la igualdad o mejor que lo que el otro posee. En pocas palabras ¿se consume por gusto o por envidia? En la mayoría de los casos la segunda propuesta es la más aceptada en los hombres de la sociedad de consumo, un mundo que pide igualdad en todos los ámbitos de la vida.

1.4.5. AFÁN COMPENSATORIO

Todo aquello que pone obstáculo para llegar a la felicidad que la sociedad de consumo presenta como alcanzable de manera inmediata y sencilla, es superado por el deseo de compensar. La incapacidad de una persona de caminar, es superado por herramientas y medios útiles como por ejemplo una silla de ruedas, ahora ya motorizada y controlada; los fracasos sufridos, falta de reconocimiento social, la convicción de ganar un merecimiento por tanto esfuerzo en el trabajado durante muchos años, consumir, no por supervivencia física, sino por cambiar de tercio, por abrirse a la novedad.⁸⁶ Todos buscan compensar lo más antiguo por lo más reciente en el mercado, los lentes de molduras delgadas por los de gruesa porque es lo que la moda dicta, porque lo nuevo siempre será lo mejor.

Para concluir este primer capítulo, es importante afirmar que no resulta fácil conocer a fondo el problema social contemporáneo del consumismo. Lo cierto es que a partir del estudio y del análisis de los conceptos Producción y Publicidad, se pudo constatar una posible génesis del fenómeno como tal. Como evidencia tenemos los múltiples estudios que diversos pensadores han realizado para rescatar los avances que éste ha traído consigo, pero también, las desventajas que advienen de él, sino se tiene conciencia e información cuando se accede al consumo de los productos que el mercado presenta.

⁸⁶ Cfr., CORTINA, *“Por una Ética de Consumo”*, 84.

Por otra parte, el ansia de seguridad, el deseo de novedades, la búsqueda de identidades, la aspiración a la igualdad y el afán compensatorio, son, desde la perspectiva de la filósofa española Adela Cortina, patrones o motivaciones que conducen al hombre al consumismo. Pero el problema no está en que vivamos inmerso en este sistema social, la dificultad está que el hombre como ciudadano, es decir, como dueño de sí mismo con la participación de sus semejantes, conciudadanos, deberían acceder al consumo de manera libres, responsables y justamente. Por este motivo, veremos en el otro capítulo la creación de un nuevo estilo de vida dentro de la sociedad de consumo, *la ciudadanía responsable*, a partir de la postura de Adela Cortina para dar posibles respuestas a ésta tendencia que se ha vuelto inmoderada. Creando consciencia y otorgando al ciudadano información sana y real acerca del producto del cual va hacer la adquisición.

CAPÍTULO II

APORTES DE LA CIUDADANÍA RESPONSABLE COMO NUEVO ESTILO DE VIDA

En el capítulo anterior centrábamos, en un primer momento, la atención en el dilucidar el paso que realiza el hombre desde la acción consumir hasta la tendencia contemporánea del consumismo. Ahora bien, a partir de la concepción de Adela Cortina, se explicaba que consumir es toda una actividad humana consciente, y a su vez, es expresión de la libertad; que poco a poco sube los eslabones hasta establecerse como reina de todas las capacidades humanas hasta el punto de poner las demás capacidades al servicio de sí. Por otra parte, siguiendo desde esta línea de la filósofa española, se definía el consumismo como un fenómeno que sitia todas las dimensiones o ámbitos de la sociedad como la social, económica, política, cultural y religiosa, creando en el hombre la tendencia por la adquisición de objetos, especialmente del mercado, tanto útiles como inútiles, e igual, la satisfacción de las necesidades verdaderas y falsas. Todo con el objetivo de ser “alguien” reconocido y aceptado por la sociedad.

En un segundo momento, se intentó descubrir la posible génesis del consumismo valiéndose de dos criterios muy afines como lo son: *la producción* y *la publicidad*; mediante un juego de sumatoria, el cual daba como resultado el consumismo, un generador de necesidades o deseos en el hombre. Además, cada criterio era analizado y explicado partiendo de un breve recuento de su surgimiento y estructuración en los acontecimientos históricos sociales.

Así pues, se terminaba el capítulo, describiendo algunos patrones o motivaciones que conducen al hombre al consumismo por el hecho de no tener una consciencia educada y responsable que lo conlleva a insertarse en el sistema y no disfrutarlo de la manera como debería ser.

En otro orden de cosas, es necesario tener en cuenta que todo su anverso tiene su reverso con relación al consumismo. Cortina presenta, al consumismo, como un estilo de vida que también ha aportado muchos frutos positivos tanto al progreso histórico social como en los avances tecnológicos. En definitiva, de por sí el consumismo para este siglo XXI no es un fenómeno al que se le debe hacer caso omiso, ni mucho menos analizarlo desde una sola perspectiva, ni positiva, ni negativa. Sino más bien, capacitar al ciudadano, a ser señor y dueño de sí mismo en compañía de sus iguales; educándolos e informándoles responsablemente sobre las oportunidades y las consecuencias tanto en el buen desempeño como en un mal manejo del mismo, éticamente hablando.

Por este motivo, la filósofa española Cortina se esfuerza en hablar de una ética del consumo. Una ética que forme ciudadanos libres, felices y transformadores de la sociedad capaces de acceder al consumo de manera responsable y justa a la vez.

Para comenzar el desarrollo de este capítulo se hace necesario hablar de tres claves imprescindibles⁸⁷ que postula Cortina, para una ética del consumo. Que demuestran, en buena medida, el beneplácito de la ciudadanía responsable en la sociedad consumista y la formación del ciudadano bajo criterios éticos. Estas tres claves son las siguientes:

- Todos los seres humanos desean ser felices.
- Alcanzar la felicidad depende en buena medida de nuestras creencias sobre lo que la proporciona.
- Las sociedades cuya ética se sustenta en la igual dignidad de los seres humanos se ven obligadas a satisfacer unas exigencias de justicia, a las que no pueden renunciar sin hacer dejación de su humanidad.

Desarrollaremos este apartado relacionando estas tres claves de la ética del consumo con los siguientes criterios que proporciona la ciudadanía responsable al ciudadano para un consumo: responsable, consciente y justo. En la consolidación de un nuevo estilo de vida dentro de la sociedad consumista. Será de la siguiente manera:

CLAVE	ÉTICA	NUEVO ESTILO DE VIDA	APORTE AL CONSUMO
1	FELICIDAD		RESPONSABLE
2	CREENCIAS		CONSCIENTE
3	HUMANA		JUSTO

⁸⁷ Adela CORTINA, *“Por una Ética del consumo: La ciudadanía del consumidor en un mundo global”*, (Madrid: Taurus, 2002), 233.

La clave número 1 que corresponde a la virtud de la cual todos los seres humanos están llamados como lo es la felicidad, se relaciona con el aporte que otorga la ciudadanía responsable al ciudadano, señor de sí, para la construcción de un estilo de vida hacia un consumo responsable.

La clave número 2 que invita a las empresas, a las organizaciones que en sus productos y publicidades respeten las creencias de los ciudadanos, se enlaza con el aporte de la ciudadanía para un consumo consciente.

Y por último, la clave número 3 que hace referencia a la esencia e identidad que hace único al hombre dentro de los demás seres vivos como lo es la humanidad, se vincula al consumo justo como aporte de la ciudadanía responsable.

2. CIUDADANÍA

La ciudadanía, para la teoría política griega y romana, era «una disposición natural del individuo socialmente emancipado, que comportaba automáticamente el ejercicio de deberes cívicos en relación a la ciudad».⁸⁸ Es decir, aunque el hombre haya nacido libre por ley natural,⁸⁹ su estado de soberanía no le otorgaba seguridad ante las amenazas provenientes de otros individuos, y de esta manera su existencia corría siempre peligro. Por el hecho de no estar subordinado, voluntariamente, bajo estatutos o normas que tenían como primer principio el cuidado y la promoción de la vida.

Así pues, cuando el individuo optaba desde su libertad por acatar las normas o leyes a cambio de la protección y el cuidado de su existencia, -esto es más que todo visto desde la posturas de los autores modernos

⁸⁸ Eduard GONZALO y Ferran REQUEJO, “*Democracia: Las razones de un sueño que genera monstruos*”, (Navarra: Editorial Verbo Divino, 2009), 28.

⁸⁹ Cfr., Jean Jacques ROUSSEAU, “*Contrato Social*”, traducido por Fernando de los Ríos, (Madrid: Espasa, 2007), 35.

contractualistas-, aparte de tener el derecho de poder satisfacer sus necesidades primarias, dejaba de ser de inmediato, forastero; o sea, andante de un lugar a otro sin estadía fija, sin casa o desconocido para una sociedad. Por otra parte, erradicaba de sí la pena de ser alguien sin identidad.

Gracias a su libre elección, el individuo, por medio de la condición de ciudadanía, como un *plus* que lo une al Estado, era dotado de identidad; ya no como un simple individuo, sino como un ciudadano, miembro de un sistema social organizado denominado ciudad. Responsable de hacerlo sujeto de derechos pero también de deberes, de los cuales tenía el ciudadano que cumplir responsablemente.

Los derechos del cual, el ciudadano está dotado dentro de una ciudad, garantiza de igual forma, la responsabilidad que el Estado tiene hacia éste, pero que es retribuida por parte del ciudadano en el cumplimiento de los deberes que tiene hacia el Estado de fidelidad, de defensa y de respeto hacia la autoridad civil y estatal. Además, donde todos los ciudadanos ante la ley son iguales. Esto hace de aquel Estado, una república, en otras palabras, el Estado que tiene como valor supremo las leyes.

La república o “*res publica*” o “*cosa pública*”, sostiene Aristóteles en su libro la Política, es un tipo de gobierno “*puro*”, al igual que la monarquía y la aristocracia. Donde estos tipos de gobiernos puros, sea cual fuere, son bien vistos. La republica «es el orden para la conservación de las ciudades, la cual dispone cómo se han de repartir los cargos públicos y quién es el que ha de tener el supremo señorío en el gobierno»⁹⁰. Primando siempre el interés de la comunidad. «No como integración de intereses particulares, sino como la

⁹⁰ARISTÓTELES, “La Política”, traducción de Pedro Simón Abril, (Madrid: Ediciones Nuestra Raza, 1934), 153.

expresión de un bien superior, encarnado en la virtud o en la ley»⁹¹. Una ley que a todos los ciudadanos, los hace iguales. Una ley que «ha de tener señorío sobre todos, y los magistrados sobre las cosas particulares y juzgar lo que conviene a la República».⁹² Dicho de otro modo, la república es el espacio donde el gobierno y el ciudadano se unen en una fuerza armónica, orientados por el dominio de las normas o leyes que «permite el desarrollo cognitivo y moral del ciudadano como parte de la ciudad»⁹³ y la transformación de la misma.

Aristóteles, afirman Gonzalo y Requejo, se inclinaba por un gobierno “mixto”⁹⁴ que era la integración en un solo gobierno de los tres tipos de gobiernos puros como la Aristocracia, Monarquía y la República. Después de todo, aquellos los de la élite, los que tenían posesiones de tierra en la polis, los ilustrados, los sabios, los monarcas, que tienen grandes riquezas y dignidad, que son cosas que todos las desean⁹⁵, eran los ciudadanos más idóneos para poder ejercer el poder. Logrando elegir entre ellos un soberano. El cual dispone del poder absoluto para hacer cumplir las leyes, conforme a las cuales han de regir a los que gobiernan, y castigar a los que delinquieren contra ellas.⁹⁶

⁹¹ Eduard GONZALO y Ferran REQUEJO, “*Democracia: Las razones de un sueño que genera monstruos*”, 26.

⁹² ARISTÓTELES, “La Política”, traducción de Pedro Simón Abril, (Madrid: Ediciones Nuestra Raza, 1934), 161-162.

⁹³ Eduard GONZALO y Ferran REQUEJO, “*Democracia: Las razones de un sueño que genera monstruos*”, 26.

⁹⁴ Cfr., Eduard GONZALO y Ferran REQUEJO, “*Democracia: Las razones de un sueño que genera monstruos*”, 26.

Gobierno puro: especialmente para la república, es el tipo de poder ejercido por los “muchos” en provecho del interés de la comunidad. **Gobierno corrupto:** para Aristóteles era una variante degenerada del mismo gobierno que los “muchos” ejercían en su propio interés. GONZALO y REQUEJO, 25.

⁹⁵ Cfr., ARISTÓTELES, “La Política”, 205.

⁹⁶Cfr., ARISTÓTELES, “La Política”, 154.

No obstante, así como existen para Aristóteles los tipos de gobiernos “puros”, también hacía mención de otros tipos de gobiernos, con los que él no estaba de acuerdo; a éstos los llamó “corruptos”. Este tipo de gobierno era especial en la democracia, tiranía y oligarquía. Donde la democracia, Aristóteles la definía como un tipo de gobierno “corrupto” o el gobierno de los “muchos” o de los “populares” en el que se ejercía el poder, primeramente, buscando siempre el interés propio, descuidando así, los intereses de la comunidad.⁹⁷ Así pues, «Esta distinción entre el interés de la comunidad como algo contrapuesto por definición al interés particular es clave para comprender la mentalidad política de la cultura antigua».⁹⁸ Una mentalidad política que excluía, pese a que todos los ciudadanos ante las leyes gozaban de igualdad básica.

En un estado de gobierno mixto, que para Aristóteles, todos los ciudadanos gozan de igualdad básica, se restringía por tanto, la libertad para gobernar como para ser gobernado⁹⁹ a los ciudadanos de los “muchos” o “pobres”. Permitiendo de esta forma, que dicho poder sea ejercido por aquellas personas hijas de la aristocracia. Es por esta razón, que Aristóteles no concibe con el estado democrático; porque la democracia, «es la que consiste en la igualdad, porque la ley de ésta prescribe que los ricos no tengan más parte del público gobierno que los pobres, ni que los unos ni los otros sean señores de él, sino que todos sean semejantes».¹⁰⁰ Era incomprensible para él que las leyes igualaran a los aristócratas, los ciudadanos de sangre ateniense reconocida, con uno del común. Es decir, del pueblo. Por otra parte afirma,

⁹⁷ Cfr., ARISTÓTELES, *“Politeia- Política, 1297 a-b.*

⁹⁸ Eduard GONZALO y Ferran REQUEJO, *“Democracia: Las razones de un sueño que genera monstruos”, 25-26.*

⁹⁹ Eduard GONZALO y Ferran REQUEJO, *“Democracia: Las razones de un sueño que genera monstruos”, 27.*

¹⁰⁰ ARISTÓTELES, *“La Política”, traducción de Pedro Simón Abril, (Madrid: Ediciones Nuestra Raza, 1934), 160.*

que el hecho de que los “muchos” o los “populares” o los “pobres” gobernasen, «solo podía hacerlo por motivaciones inherente a su hostilidad de clase, radicalmente alejada de los elevados fines cognitivos y morales que debían guiar al ciudadano y tenderían a actuar solo en beneficios de sí mismo».¹⁰¹ O sea, se cree que el gobierno de la multitud, al ser limitada en sus recursos, a no ser garantes de bienes a los cuales los demás deseen incansablemente, de «no tener independencia económica, ni medios de vida suficientes»,¹⁰² podría ser un gobierno que destruyera la organización y la orientación de la polis.

Sin embargo, también se encuentra paradójicamente, exclusión en la democracia ateniense, en la que se restringía la ciudadanía a los pobres. Especialmente a las mujeres y a los esclavos, siendo solo ciudadanos¹⁰³, aquellos varones nacidos en Atenas.

Por otra parte, el gobierno mixto establecía «separación entre grupos de ciudadanos según sus posibilidades de acceso a determinadas magistraturas, pese a que todos disfrutaban de una cierta igualdad básica, manteniendo la barrera entre las personas y los esclavos».¹⁰⁴ Con todo esto y por otra parte, existió una distribución de poderes que logró integrar a los aristócratas y a los plebeyos, para que gozaran de los beneficios de la república y con la oportunidad, tanto uno como los otros, de tener un tribuno que los representara, claro está, para los plebeyos se les limitaba el poder, pero lo

¹⁰¹ Eduard GONZALO y Ferran REQUEJO, “*Democracia: Las razones de un sueño que genera monstruos*”, 26.

¹⁰² Eduard GONZALO y Ferran REQUEJO, “*Democracia: Las razones de un sueño que genera monstruos*”, 26.

¹⁰³ Cfr., Eduard GONZALO y Ferran REQUEJO, “*Democracia: Las razones de un sueño que genera monstruos*”, 27.

¹⁰⁴ Eduard GONZALO y Ferran REQUEJO, “*Democracia: Las razones de un sueño que genera monstruos*”, 27.

importante es que se sentían y les hacían sentir ciudadanos del Estado. Ese gobierno fue la república romana.¹⁰⁵

Llegado a este punto, la república romana sirve como punto de referencia para fundamentar el comportamiento de los ciudadanos en la sociedad contemporánea y la condición de la ciudadanía, no simplemente en el ámbito político, sino también desde las dimensiones social, cultural, económica y hasta religiosa de la sociedad, pero inserta en el mundo del consumo. Ahora bien, donde la figura del ciudadano aristócrata de la antigüedad se asemeja por los ciudadanos contemporáneos como lo son los dueños de empresas, de multinacionales e internacionales, poseedores de grandes hectáreas de tierras, los reconocidos de la sociedad, los famosos, los que tienen la capacidad de poder adquisitivo, los que son deseados por su físico, inteligencia, sus habilidades, los cantantes, los pintores, en resumidas cuentas, los ciudadanos, que de una u otra forma, sobresalen del común de la sociedad. Y por otra parte, los ciudadanos plebeyos, siguen siendo los mayoritarios, los que tienen límite en el poder adquisitivo o dado el caso, no lo tienen, los que son hijos eternos del Estado, los que no trabajan, sino que esperan que se les mantenga, los populares, los que crean en su mentalidad la idea de ser como los otros que viven bien, los que se quejan de su situación económica, los que afianzan su espíritu de superación, los pobres. Por eso se hace necesario de hablar de una ciudadanía del consumo.

2.1. CIUDADANÍA DEL CONSUMO

El consumo, desde su perspectiva, según Cortina «tendrá que ser autónomo, justo y prudente»¹⁰⁶. Y por ende, «todos los esfuerzos posibles en la construcción de una nueva ciudadanía, de la ciudadanía de la inclusión, de

¹⁰⁵ Cfr., Eduard GONZALO y Ferran REQUEJO, *“Democracia: Las razones de un sueño que genera monstruos”*, 28.

¹⁰⁶ CORTINA, *“Por una Ética del consumo”* p. 233.

la convivencia, del desarme de los corazones que pretende dejar el rencor, el resentimiento y el olvido, necesitan de una afirmación a la vida, a su sentido, a su dignidad». ¹⁰⁷ Así pues, la ciudadanía, como condición que une al Estado y al ciudadano mediante derechos y deberes políticos, debería ser también, responsable en la formación integral del ciudadano, especialmente en las virtudes éticas que aporten al desempeño del bien vivir, el bien ser, del bienestar y de la construcción de una civilización de hombres, autónomos, justos, felices y prudente.

Sin embargo, logra observar Adela Cortina al ciudadano entorno al consumo, especialmente en el mercado, “como institución económica del mundo,” ¹⁰⁸ a partir de las limitantes que tiene, con respecto a su formación y a la vivencia de las virtudes éticas mencionadas anteriormente. Pues, básicamente en la acción que realiza el ciudadano en la adquisición de un producto del mercado, que a causa de factores externos, más que internos, no le permite ejercer su libertad y su autonomía en el ejercicio de elección.

Por ejemplo, uno de los factores que limitan la autonomía del hombre dentro del mercado, se presentan en la medida en que el individuo accede a satisfacer sus necesidades (*verdaderas*), cegado por los anuncios publicitarios más que por sus juicios razonables ante dicha adquisición. Esto no quiere decir que los anuncios publicitarios sean negativos, no, sino que su papel sería el informar y guiar al que va adquirir un producto con informaciones claras, justas y de calidad, sin la necesidad de introducir al comprante en un mundo alejado de la realidad y de los beneficios que le brinda.

¹⁰⁷ CASTRILLÓN LÓPEZ Luis Alberto, “*Humanismo y Ciudadanía: una construcción de la ciudad desde el reconocimiento de la persona*”, (Medellín: Editorial UPB, 2012). 25.

¹⁰⁸ El Mercado de la Ética”, *El País*, Lunes, 27 de Junio de 1994, consultado 08 mayo, 2017, https://elpais.com/diario/1994/06/27/opinion/772668011_850215.html

También otro factor son las necesidades (*falsas*), «que les son impuestas por fuerzas sociales que, como inmensos sujetos elípticos, las provocan para aumentar el consumo, con él la producción, y continuar con esa cadena de esclavitud. [...] Y así, las personas jamás podrán ser autónomas porque el consumo es, en resumidas cuentas, [...] un apéndice de la producción».¹⁰⁹ Igualmente, las empresas, con ayuda de las propagandas publicitarias induce al hombre a optar implícitamente por un producto que impacta a primera vista; por su textura, su color, su aroma, aún sin ser consciente de la calidad del mismo, sino por la simple apariencia en el aspecto y la magnitud que los anuncios aluden del producto del mercado.

No obstante, para las éticas del capitalismo, afirma Cortina, el consumidor se comporta como un ser autónomo por el hecho que hace uso de su soberanía en el depositar su voto, su dinero, en un producto; y le da a las empresas un voto de confianza por la calidad de su producto.¹¹⁰ Pero dicha postura se limita en el hecho de pensar solo en aquellas personas que tienen poder adquisitivo, y excluye a aquellas que presentan déficit en la adquisición. Y para el colmo, aquellas que gozan de esa capacidad adquisitiva, no siempre tienen información suficiente para realizar elecciones realmente libres.¹¹¹

Por otra parte, Cortina, hace referencia que en el Estado de derecho moderno todos los seres humanos son iguales en dignidad, ciudadanos. Sin embargo, sigue afirmado que la ciudadanía tiene dos tipos: la Activa y la Pasiva. Apoyada, sobre todo, por el asentamiento de los primeros Estados

¹⁰⁹ “Ética del Consumo”, *El País*, Jueves, 21 de enero de 1999, consultado 08 mayo, 2017, https://elpais.com/diario/1999/01/21/opinion/916873203_850215.html

¹¹⁰ Cfr., CORTINA, “Ética del Consumo”, *El País*.

¹¹¹ Cfr., CORTINA, “Ética del Consumo”, *El País*.

nacionales.¹¹² Del mismo modo, asevera que para que un Estado sea fecundo en la participación de sus ciudadanos y de la misma manera, sus ciudadanos sean prósperos en la transformación de la sociedad, es indispensable que se cree una ética de justicia y de responsabilidad. Que impregne por herramientas sutiles en la consciencia de los ciudadanos, la necesidad de forjar caminos que conduzcan a la felicidad, a una mentalidad positiva y activa, de la cual, todos se sientan miembro de una familia que a su vez se universalice. Porque «con ciudadanos y gobernantes prudentes es indispensable organizar cada sociedad y también la república de todos los seres humanos. [...] Llegando a ser, habitantes locales, y [...] ciudadanos del mundo o cosmopolitas».¹¹³

Por otra parte, a los de la ciudadanía pasiva, a los que esperan que el Estado les garantice todo, sin tener que trabajar en la cooperación, aquellos que no se sienten parte de la sociedad civil, los que se auto-marginan, se tendría que ayudarlos en el paso de una mentalidad de “subsidiado” por una cultura de responsabilidad y de cooperación, el “bienestar” pasivo, por el “bien” activo.¹¹⁴

Termina por afirmar la filósofa española que es urgente que exista un nuevo pacto, en el que el Estado y la ciudadanía se comprometan a generar oportunidades los ciudadanos que tienen capacidad para aprovecharlas, con miras a llevar al ciudadano a impregnar en sí un nuevo estilo de vida donde

¹¹² CORTINA, “Ciudadanía Social”, *El País*. **La Activa:** ciudadanía social de Marshall que consiste en “derecho a tener derechos”, una ciudadanía exigente de sus derechos, pero igualmente presta a asumir sus responsabilidades. **La Pasiva:** consideran los neoliberales que la pasividad es lo contrario a la iniciativa y a la competitividad, ciudadanos acostumbrados a esperar todo del Estado-Providencia.

¹¹³ “Educar para una Ciudadanía Cosmopolita”, *El País*, Miércoles, 11 de febrero de 2004, consultado el 8 de mayo del 2017,

https://elpais.com/diario/2004/02/11/opinion/1076454006_850215.html

¹¹⁴ Cfr., “Ciudadanía Social”, *El País*, Sábado, 8 de agosto de 1998, consultado 08 mayo, 2017, https://elpais.com/diario/1998/08/08/opinion/902527203_850215.html

adquiera como virtud y meta fundante la felicidad; y a su vez, acceda al consumo con criterios responsables, propio de un ciudadanía activa.

2.2. EL CONSUMO RESPONSABLE CONDUCE A LA FELICIDAD

«Todos los seres humanos desean ser felices, es uno de los saberes más antiguos de la humanidad».¹¹⁵ Sin embargo definir qué es felicidad es un trabajo que en todo tiempo, época y culturas se ha mantenido. Es por eso, que la felicidad desde la óptima república, pensada por los filósofos clásicos como Platón y Aristóteles ha servido de ejemplo en el discurso de las virtudes y formación del hombre desde sus más íntimas pasiones hasta las formas de acceder a contemplar la manera de vivir dignamente. Ya decía Platón que la vida mejor es «la que está regida por la razón y la razón se define en términos de una visión del orden, en el cosmos y en el alma. La vida mejor es aquella en que la razón, la pureza, el orden, el límite y lo constante gobierna los deseos y su tendencia al exceso, a la insaciabilidad, a la veleidad y al conflicto».¹¹⁶

De este modo, Platón alude a la felicidad no como aquel sentimiento o emoción que experimenta la persona cuando adquiere un objeto o cuando place o le placen una necesidad o cuando experimenta situaciones agradables en su diario vivir, sino que es más que eso. Es una pasión que perdura en la vida, que está orientada y guiada por la capacidad racional que ayuda al discernimiento en lo que agrada o en sentido diverso desagrada, que mantiene al hombre en un mesurado equilibrio socorriéndolo a no posicionarse en un extremo ni en el otro. Esta postura de Platón -éticamente hablando- debería posicionarse como una máxima, como un imperativo categórico como Kant

¹¹⁵ CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 255

¹¹⁶ TAYLOR, “*Las Fuentes del Yo, la construcción de la identidad moderna*”. 43.

refiere, para los ciudadanos que en la sociedad de consumo viven y que adquieren un nuevo estilo de vida responsable y felicitante.

Por otra parte, siguiendo desde la postura de los filósofos clásicos, apunta Aristóteles cuando hace mención a la felicidad como aquella fuente a la que el hombre alcanza, cuando en un primer momento, la ciudad como primer responsable de su bienestar, le otorga satisfacción de sus necesidades básicas o pre-políticas, especialmente la salud. Una ciudad o Estado que vela por la seguridad y por los beneficios básicos necesarios para el desarrollo de su ciudadano, por la razón que comprende que ayudándolo justamente, como se dice popularmente, “barriga llena, corazón contento”, pero entendiendo este dicho por el anverso, es decir, no teniendo al ciudadano como un títere, un dormido, “pan y circo”, no. Por eso se lucha por una formación justa, donde el Estado capacite al ciudadano, pero primero le brinde salud, para tener de él resultados eficaces. Haciendo del mismo un ciudadano con sentido patriótico, un ciudadano responsable en su accionar tanto en sus derechos como en sus deberes; un ciudadano feliz, un ciudadano constructor de su civilización. Así pues expone el filósofo clásico:

«La ciudad debe tener dentro de sus muros aguas y fuentes naturales en bastante cantidad, y a falta de ellas conviene construir vastos y numerosos aljibes destinados a guardar las aguas pluviales, para que nunca falte agua, caso de que durante la guerra se interrumpen las comunicaciones con el resto del país. Como la primera condición es la salud de los habitantes, y ésta resulta en primer lugar de la situación y posición de la ciudad que hemos expuesto, y en segundo del uso de aguas saludables, este último punto exige también la más severa atención. Las cosas, que obran sobre el cuerpo con más frecuencia y más amplitud, tienen también mayor influjo sobre la salud; y en este caso se encuentra precisamente la acción natural del aire y de las aguas. Y así en cualquier punto donde las aguas naturales no sean ni igualmente

buenas, ni igualmente abundantes, será prudente separar las potables de las que pueden servir para los usos ordinarios». ¹¹⁷

En suma, hace mención de una ciudad saludable capaz de satisfacer debidamente las necesidades humanas primarias. En pocas palabras, las necesidades de la vida y del cuerpo. Por ejemplo: la educación, la salud, la seguridad, la recreación etc., y dado el caso la ciudad como garante no corresponda con su parte en la satisfacción, como consecuencia a esto, el hombre lo buscará por sus propios medios y ya no actuaría con la razón sino por instinto. Una felicidad comprendida desde los clásicos especialmente desde Aristóteles como la que se alcanza después de haber satisfecho las necesidades básicas del hombre. Y por otra parte una ciudad que forma en razón a sus ciudadanos para que se desempeñen como agentes autónomos, responsables y justos en los deberes. Evitando crear de ellos simplemente robots que obedezcan sin consciencia.

Cortina al respecto entiende acerca de la felicidad no simplemente bienestar o calidad de vida, ni vida digna dado a que no puede ser sometida a medida, mucho menos en esta época, donde la filosofía primera es la economía y la cuantificación de los bienes. ¹¹⁸ Así pues, la felicidad entendida por la filósofa española alude al “buen carácter” y “buena suerte”. Por la que el humano queda en la posibilidad de alcanzarla o no, ya que depende en buena parte de la buena suerte. «Para ser feliz se precisa, pues, buena suerte». ¹¹⁹ En buena parte también exige para poder llegar a alcanzarlas tener virtudes aptas para optar por lo que conduce a la felicidad, es decir, a lo que

¹¹⁷ ARISTÓTELES, *“La Política”*, (Madrid: Editorial Espasa-Calpe, 1962). 145.

¹¹⁸ Cfr., CORTINA, *“Por una Ética del consumo”*, 255.

¹¹⁹ CORTINA, *“Por una Ética del consumo”*, 256.

los clásicos llamaban excelencia. Porque como declara Cortina «la vida más humilde puede ser excelente y la más llamativa puede ser mediocre».¹²⁰

Para que este estilo de vida que se propone, sea responsable y felicitante, Adela Cortina propone distintas claves de vida social mediante las cuales, integra a los ciudadanos consumidores y a los organismos internacionales responsables - productores y políticos. Con el fin de que no exista distinción ni mucho menos jerarquía o manejo de un grupo por el otro, donde los productores no jueguen con los deseos de los consumidores o bien, no se valgan de ellos para crear más necesidades y aumentar así, su patrimonio económico. Sino que exista libertad para decidir por parte del ciudadano y oportunidad de servicio con calidad por los organismos.

Es así que una primera clave es: una *ética del discurso*.¹²¹ Que exige mantener diálogo entre los afectados, es decir, los consumidores actuales y potenciales. Creando normas o reglas justas que garantice entre ambos bandos, imparcialidad y asimetría.¹²² Diálogo que promueva o integre a todos los ciudadanos, sin hacer distinción entre los que tienen la capacidad adquisitiva de los que no; o de los países que son ricos a los que están en vía de desarrollo. En otras palabras, normas que se universalicen. Y según Cortina se universalizan en cuanto se cumplan tres criterios: en el primer criterio se «promueve las capacidades necesarias de los afectados para poder dialogar acerca de la justicia en condición de simetría».¹²³ En el segundo «las formas de consumo afectan a todos los seres humanos y a las generaciones futuras, [...] por eso, [...] el dialogo sobre las forma de consumo no puede celebrarse en el contexto de cada nación, o de cada grupo de naciones, sino

¹²⁰ CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 256.

¹²¹ Adela CORTINA, “*Por una Ética del consumo: La ciudadanía del consumidor en un mundo global*”, (Madrid: Taurus, 2002), 249.

¹²² Cfr., CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 250.

¹²³ CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 253.

que tiene que ser ya universal»¹²⁴ en el que se escuchen las opiniones de todos los participantes. Y por último, «tomar como criterio de justicia la universalidad de los intereses requiere empezar por las capacidades más básicas».¹²⁵ Capacidades que se afinan con las normas y permiten el desarrollo del hombre y el cuidado de la naturaleza.

Como segunda clave, se puesta por *el reconocimiento recíproco*¹²⁶ dado que por medio del diálogo se permite poner las divergencias en cuestión, analizándolas y buscando de manera imparcial, los puntos en común acuerdo. Cuando se logra, moralmente se obliga a actuar por un bien colectivo y no individualista, donde uno a otro se relaciona intersubjetivamente. Porque diría Cortina, «la clave de la vida social no es el individuo, sino la persona que se reconoce como tal porque el otro le reconoce como persona».¹²⁷

Como tercer clave está la *corresponsabilidad*¹²⁸ porque es imposible que el trabajo hacia un estilo de un consumo justo y felicitante sea ejecutada por una sola persona o una sola organización. Por eso se hace necesario el trabajo en equipo o en simetría. Donde a su vez, todos los implicados colaboren, lo cual supone «asumir un compromiso, que ningún hablante competente puede asumir en solitario y que exige corresponsabilidad: el compromiso de intentar encontrar, junto con otros, las soluciones más adecuadas para que se promuevan las capacidades de los posibles interlocutores y el de intentar promover, junto con otros, las instituciones que mejor aseguren su promoción».¹²⁹ Por esta razón es que Cortina mantiene su

¹²⁴ CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 253.

¹²⁵ CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 253.

¹²⁶ Cfr., CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 251.

¹²⁷ CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 251.

¹²⁸ Cfr., CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 251.

¹²⁹ CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 251.

postura en expresar que “el ciudadano es señor y dueño de sí mismo, cuando actúa en relación intrínseca con sus semejantes”.¹³⁰

El principio de corresponsabilidad es una alianza entre las organizaciones, el ciudadano que consume y la protección de la naturaleza. Donde las organizaciones «asesoren a los ciudadanos sobre la naturaleza de los productos que consumen, sobre la relación calidad-precio y sobre las consecuencias del producto para el consumidor, además del desarrollo de las personas y del medio ambiente». ¹³¹ En síntesis, la forma de consumo debe ser universal, no pone en riesgo la sostenibilidad de la sociedad y no atenta contra la naturaleza. Si no cumple este principio, el consumo no es justo.

Ahora bien, para que este estilo de vida conduzca a un consumo responsable y felicitante es necesario tener ciertos principios fundamentales que Cortina expresa apoyándose de Juliet B. Schor. Con el fin de salir del pesimismo del consumo como problema, especialmente en la falta de comprensión del uno hacia el otro, la apariencia, la falta de criterios en el ahorrar, la inmediatez, el daño hacia el medio ambiente, la producción en masa, el ruido, la contaminación, falta de control, la competitividad entre otras.

Los principios serían los siguientes:

«controlar el deseo que lleva al consumo compulsivo, crear nuevos simbolismos para el afán de exclusividad; autocontrolar el consumo competitivo que nunca se encuentra satisfecho; aprender a compartir los bienes; desconstruir un sistema comercial que impele a consumo; tomar consciencia de que gastar crea adicción; descomercializar los rituales y darles forma no comercial; crear tiempo en vez de sacrificarlo al trabajo que lleva al salario y éste al

¹³⁰ Cfr., Adela CORTINA, “Quién, Qué, Por qué Consumir”, (Ponencia presentada en el coloquio Consumo...Luego Existo, Mayo de 2003).

¹³¹ CORTINA, “Por una Ética del consumo”, 252.

consumo; y coordinar las intervenciones de quienes deseen salir de esta forma de consumo compulsivo». ¹³²

Dos virtudes son elogiadas y deseables para configurar un carácter felicitante: la *lucidez*¹³³ porque permite a una persona hacer consciencia de los motivos por los que se consume, porque centra al ciudadano y le hace recapacitar por un consumo sano y equilibrado, porque te da cuenta de lo que se gasta. Y la *cordura*¹³⁴ que es «prudencia justa y solidaria, exige poner creativamente estilos de vida moderados, en cuanto al consumo, plurales en cuanto a las actividades que se puedan realizar, incluyentes por abiertos a todas las fortunas». ¹³⁵ En otras palabras, permite mantener control sobre los bienes para hacer las cosas que valen la pena, la prudencia «muestra que la calidad de vida debería prevalecer como proyecto sobre la cantidad de los bienes, aunque la felicidad sea bastante más que calidad de vida, una vida buena donde el consumidor prudente toma en sus manos las riendas de su consumo y opta por darle calidad. ¹³⁶ Para que por medio de la cordura, «se pueda construir con otros una vida digna de ser vivida por todos y cada uno». ¹³⁷

En resumidas cuentas, el principio de responsabilidad propone «preservar la integridad del mundo y la esencia del hombre frente a los abusos del poder; preservar la ambigüedad de la libertad que ningún cambio puede abolir». ¹³⁸ Todo depende de la unión y el trabajo en simetría de las organizaciones productoras y de la responsabilidad de los ciudadanos en cuanto sigan fielmente a los criterios que apuestan para formar un estilo de

¹³² CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 256-257.

¹³³ CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 258.

¹³⁴ CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 259.

¹³⁵ CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 112.

¹³⁶ Cfr., CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 260-261.

¹³⁷ CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 261.

¹³⁸ CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 155.

vida ricos y plurales en actividades y personas, incluyentes y universalizables,¹³⁹ donde el consumo de bienes sea felicitante en la medida que se es consciente de lo que se adquiere y de lo que se gasta, pero también en cuanto se busca dar calidad a la vida tanto personal como colectiva. Al darse este paso, este estilo de vida que a su vez es nuevo, se afianza un consumo además de feliz, un consumo justo. Justo en la medida en que «las personas al consumir, están dispuestas a aceptar una norma mínima fundamental de la reciprocidad universalizadora, según la cual solo se realizarán acciones de consumo que no dañen ni a los demás seres humanos ni al medio ambiente».¹⁴⁰

2.3. EL CONSUMO CONSCIENTE Y LAS CREENCIAS

«Las creencias son fundamentales para la vida social, también para la económica. En ellas vivimos, nos movemos y somos».¹⁴¹ Las creencias conducen al hombre a instaurar en sí y en su colectivo, normas capaces de conformar estilos de vidas sólidos y accesibles a todos.

Sin embargo, las creencias son fundamentos en el ámbito económico en la medida que aseguran la existencia del hombre mediante la acumulación de bienes y esto ha llevado a un exagerado movimiento consumista. Desvirtuándose de los criterios sanos pasando de un extremo a otros. Afirma Cortina «en la creencia social la acumulación de bienes del mercado es síntoma de éxito personal y promesa de felicidad, razón por la cual, la humilde acción de consumir se ha elevado a la categoría de “esencia del hombre”».¹⁴²

¹³⁹ Cfr., CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 115.

¹⁴⁰ CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 254.

¹⁴¹ CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 182.

¹⁴² CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 29.

Ahora bien, no es que las creencias de un pueblo o de una cultura sean en sí algo doctrinal y fuera de contextos, no. Las creencias también son fuentes de identidad, pues, mantiene viva la tradición y con ella la idiosincrasia de una cultura, las normas y criterios que guardan la seguridad y el bienestar de los habitantes, de la diferenciación de un lugar de otro. Creer que se puede lograr vivir de esta o de otra manera, creer que se puede superar en las dificultades, creer que si se hace el bien habrá paz, creer en sí se convierte en un motor que impulsa el diario vivir de un pueblo. Pero en todo se hace necesario un mesurado equilibrio y un constante examen de conciencia para discernir lo que ayuda a la construcción de la sociedad y en el consumo, lo que ayuda a forjar conciencia en el consumir.

El ciudadano consciente de sus limitaciones es capaz de erigir tanto personal como colectivo, por medio de la corresponsabilidad, bases que le permite ser autónomo en sus elecciones y agradecido por las oportunidades de formación que le obliga de la ciudadanía.

Los sistemas de creencias por su parte, crean en la vida social, a determinados objetos un conjunto de significados simbólicos y adentrarse desde el consumo ignorando estos sistemas sociales de creencia es no entender nada¹⁴³ puesto que constituyen estilos de vidas diferentes, en la que el pueblo se mueve, es y vive. En pocas palabras, niega la identidad de la cultura al desconocer su identidad moral.

Entonces, lo que se pretende es concienciar al ciudadano ante el consumo de bienes, para que sea autónomo en la medida de ejercer su libertad, en tanto que elija desde su propia identidad moral su estilo de vida¹⁴⁴ que quisiera vivir, pero desde sus gustos, su voluntad y no de voluntades externas o ajenas, moldeando una vida justa y buena.

¹⁴³ Cfr., CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 44.

¹⁴⁴ Cfr., CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 51.

El consumo consciente va íntimamente unido a la autonomía y a la libertad. Cortina propone un consumo liberador. Una dimensión que permite tomar conciencia del por qué se consume, cuáles son las motivaciones del consumo. Cuando el hombre consume sin conciencia del por qué lo hace o simplemente se deja llevar por el momento, o por la moda, o por querer asemejarse con otra persona, está siendo un esclavo sin enterarse de ello.

En cambio, el hombre que se siente ciudadano de este nuevo estilo de vida que se propone, es ciudadano cuando utiliza la razón para guiar sus deseos, para discernir su voluntad; cuando es autónomo porque es señor de sí, cuando deja de ser un vasallo que vive unido a los deseos de su señor feudal; cuando tiene conocimiento de sus acciones, cuando es responsable ante las consecuencias de su accionar; es ciudadano cuando accede al consumo con responsabilidad, cooperando por el implante de un consumo justo; cuando no actúa simplemente porque otro (avisos publicitarios, organizaciones productoras etc.) se lo ordena, como si fuera un títere; «es que existe manipulación de las necesidades y los deseos de los consumidores por parte del marketing, los medios de comunicación y las instituciones».¹⁴⁵ Cuando el ciudadano se entera de lo que adquiere o de lo que gasta con informaciones verídicas.

Siguiendo con el concepto del consumo autónomo, Cortina expresa «consumir o no y cómo hacerlo es, en principio, un asunto libre».¹⁴⁶ Pues, de hecho el hombre decide libremente, pero claro está una libertad limitada cuando juegan factores externos, determinando la forma de consumo que a los consumidores no les queda sino resignarse.¹⁴⁷ Existen momentos en la vida del hombre en el que cuando se encuentra en el mercado, y ante la presentación de múltiples productos, se deja permear por la mirada de uno en

¹⁴⁵ CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 161.

¹⁴⁶ CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 234.

¹⁴⁷ Cfr., CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 234.

particular, siendo el caso que dicho producto no estaba en su lista, es lo que se conoce, que el “producto llama la atención del consumidor”. Sin embargo, existen otros instantes donde el individuo va en busca de un producto en particular pero al encontrarse con la multiplicidad del mismo producto, crea un dilema por cuál elegir. Entran a jugar las marcas, la calidad, las propagandas, las ventajas, las garantías del producto, los comentarios hechos al producto por otros consumidores, etc. El hombre que consume se siente libre de elegir, pero condicionado por factores externos que lo limitan.

En síntesis, para acceder a un consumo autónomo, donde las creencias como sistema social que enriquece de simbolismo los objetos de la vida cotidiana, exige pues, tomar consciencia de las motivaciones personales y las creencias sociales que intervienen en las elecciones.¹⁴⁸ No buscando la estima ni el parecer de los otros sino el propio modelo de realización. Otra manera sería el que toma rienda de su consumo, pero es importante resaltar que no de manera individualista, sino en simetría como en el consumo responsable, donde exista corresponsabilidad, manteniendo una ética de vida cotidiana. «Ciertamente, en la realización de la autonomía en el seno de la comunidad política y en el seno del mercado el consumidor tendrá que defender unos derechos y asumir deberes y responsabilidades»,¹⁴⁹ es decir, la ciudadanía del consumo, que apunta a una ética del consumo justo.

2.4. EL CONSUMO JUSTO REFUERZA LA CONDICIÓN HUMANA

«Las sociedades cuya ética se sustenta en la igual dignidad de los seres humanos se ven obligadas a satisfacer unas exigencias de justicia, a las que no

¹⁴⁸ Cfr., CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 239.

¹⁴⁹ Cfr., CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 239-240.

pueden renunciar sin hacer dejación de su humanidad». ¹⁵⁰ Para lograr que el ciudadano acceda libremente, con autonomía, con responsabilidad y cooperando a la construcción del nuevo estilo de vida que se propone, para un consumo justo, se necesita de la disposición total de todos los ciudadanos y de las organizaciones tanto políticas como civiles, que por medio de estatutos o normas que en común acuerdo logren implantar, creen un comercio también justo. Con relación a esta idea sostiene Ignasis Carreras «el comercio justo es un gran desconocido para la mayoría de los consumidores». ¹⁵¹ Dado que para la mentalidad del consumidor no existe la opción que las empresas que garantiza su producto, le dé alguna información del mismo y él mismo tampoco se ha dado a la tarea de preguntárselo o de pedir información.

2.4.1. COMERCIO JUSTO

«La libertad es la raíz y la meta del mundo moral» ¹⁵², si existe un comercio justo, que consciente de su libertad y apostando por una mundo mejor, da información confiable de la materia prima, de los beneficios, y de las consecuencia de los productos, que informa al consumidor de todas estas avisos, tiene fuerza en crear consciencia en el ciudadano por un consumo igualmente justo. Y para Cortina «urge crear y fomentar organizaciones e instituciones preocupadas por el “consumo justo”». ¹⁵³

Se opta por un comercio justo que dé información de la procedencia de sus productos, por ejemplo: materia prima, lugar de creación, manos que la hicieron, salario que ganan los empleados, es decir, la hoja de vida del

¹⁵⁰ Adela CORTINA, *“Por una Ética del consumo: La ciudadanía del consumidor en un mundo global”*, (Madrid: Taurus, 2002), 233.

¹⁵¹ Ignasis CARRERAS, “Por un Comercio Justo – Consumo Responsable”, (Ponencia presentada en el coloquio Consumo...Luego Existo, Mayo de 2003).

¹⁵² CORTINA, *“Por una Ética del consumo”*, 242.

¹⁵³ Cfr., CORTINA, *“Por una Ética del consumo”*, 252.

producto. De este modo, un ejemplo del comercio justo, es la empresa Oxfam Intermon¹⁵⁴ en la que Ignasis Carreras es su director, él nos presenta que el enemigo principal para el comercio justo es la individualización de las organizaciones que piensan tan solo en sus intereses. En un comercio justo, existe justicia tanto para los que son trabajadores o empleados como para los administrativos. Así pues revela Carreras la diferencia entre el comercio convencional y el comercio justo es que en el convencional solo se busca cumplir con la tarea encomendada por los “patrones” a los empleados, a veces carentes de todo tipo de derechos laborales, y reciben una contraprestaciones económicas mínimas. En cambio, en un comercio justo, los empleados pueden vivir dignamente.¹⁵⁵

Para tener presente un producto del comercio justo, plantea Ignasis «es aquel que está producido en unas condiciones donde no hay trabajo infantil, [...] es decir mal hecho, o hecho a la carrera, [...] donde se pagan salarios dignos, donde se cumplen los derechos laborales, donde se respeta el medio ambiente».¹⁵⁶ Los ciudadanos pueden darse cuenta si el producto que se exhibe en una cadena de comercio es del comercio justo, si los productos presentan una etiqueta que lo garantice o que la organización donde se comercializa estén adscrita y tengan garantía del comercio justo. Ahora bien, un problema del comercio justo indica que sus productos tienen un precio muy alto en comparación a los convencionales. Pero que vale la pena.

¹⁵⁴ **OXFAM INTERMON “CAMBIAMOS VIDAS QUE CAMBIAN VIDAS”**

1 de cada 3 personas en el mundo vive en la pobreza. En Oxfam Intermón estamos decididos a cambiar esta situación, movilizand o el poder de las personas contra la pobreza. Trabajamos en todo el mundo con herramientas innovadoras y eficaces, para lograr que las personas puedan salir de la pobreza por sí mismas y prosperar. Salvamos vidas en situaciones de emergencia y ayudamos a recuperar medios de vida. Impulsamos campañas para que las voces de las personas en situación de pobreza puedan influir en las decisiones que les afectan en el ámbito local y global. Recuperado 10 agosto de <http://www.oxfamintermon.org/es>

¹⁵⁵ Cfr., CARRERAS, “Por un Comercio Justo – Consumo Responsable”.

¹⁵⁶ CARRERAS, “Por un Comercio Justo – Consumo Responsable”.

Adela Cortina se afianza de la postura de Kant, especialmente de los imperativos categóricos para fundamentar un consumo justo, gracias a que «la ética kantiana ofrece una mejor fundamentación para el enfoque de las capacidades, porque da razón de por qué la libertad es la categoría moral fundamental: porque es la que constituye a los seres humanos dotándoles de dignidad y no-precio».¹⁵⁷ Es por esto, tanto para un comercio como para un consumo justo es requisito fundamental tener máximas que ordenen la vida y que respeten la humanidad. Mejor dicho, máximas que tengan como criterio esencial las capacidades humanas por encima de cualquier producto o cosa, de cualquier valor monetario. Reivindicando por medio del consumo y del comercio justo, la virtud de las capacidades humanas después de una gran crisis de desmoralización en la sociedad. Porque en resumidas cuentas, «es bien distinto, el precio de las mercancías de ese cariño verdadero que ni se compra, ni se vende».¹⁵⁸

El ciudadano mediante estas máximas será consciente que alcanzar la felicidad no depende principalmente de las cosas, si no de la capacidad de querer lo valioso para sí mismo, de lo que le permite desarrollar su autonomía y su capacidad de elección, no con interés egoísta, sino de conocimiento y aceptación de sus voluntades, deseos y límites.

Para aquel ciudadano que opta por instaurar en su existencia este modelo de estilo de vida que permite el consumo pero no desde la mirada convencional, en el que los hombres son esclavos del trabajo, compra, gastos y desechos, sino un estilo de vida que garantiza autonomía, justicia, consciencia, responsabilidad, todo enmarcado en un consumo justo, un pacto global que incluye a todos los ciudadanos y a las organizaciones productoras es ineludible que tenga los siguientes principios para el consumo:

¹⁵⁷ CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 242.

¹⁵⁸ El Mercado de la Ética”, *El País*, Lunes, 27 de Junio de 1994, consultado 08 mayo, 2017, https://elpais.com/diario/1994/06/27/opinion/772668011_850215.html

«*Consume de tal modo que tu norma sea universalizable sin poner en peligro el mantenimiento de la naturaleza*». ¹⁵⁹ Cortina hace un énfasis en la preservación de la flora y de la fauna, sin embargo ella es consciente que primeramente es más importante atender las necesidades humanas y luego la ecológica. Por otra parte, es considerable, aunque parezca irónico, hacer mención de un avance que el consumismo ha traído consigo a consecuencia del deterioro de la naturaleza, el surgimiento de personas con sentido de pertenencia por el planeta, por la casa común como referencia el Papa Francisco en su Encíclica “*Laudato si*” creando organizaciones que luchan por la conservación del ecosistema aún, llegando a las bases ejecutivas de nacionales y multinacionales.

«*Consume de tal modo que respetes y promuevas la libertad de todo ser humano, tanto en tu persona como en la de cualquier otra, siempre al mismo tiempo*». ¹⁶⁰ Cortina se inclina por una ciudadanía justa en la medida que es abierta a todos los hombres sin exclusión alguna, donde todos los hombres sean señor de sí mismo, con sus semejantes. Donde no actúen por mandato de una oligarquía sino por su propia autonomía siempre y cuando, cumplan con sus deberes y responsabilidades personales y civiles.

«*Asume, junto con otros, las normas de un estilo de vida de consumo que promuevan la libertad en tu persona y en la de cualquier otra haciendo posible un universal Reino de los Fines*». ¹⁶¹ En esta máxima la filósofa española sostiene en que se logre y se respete la dignidad como persona, empezando por el mismo hombre en reconocerse como persona y que el otro también se lo haga sentir. Logrando de esta manera, alcanzar el fin más deseado por los hombres de todos los siglos: la felicidad.

¹⁵⁹ CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 245.

¹⁶⁰ CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 246.

¹⁶¹ CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 248.

«Asume junto con otros, estilos de vida que promuevan la capacidad de las personas de defender dialógicamente sus intereses, y no pongan en peligro la sostenibilidad de la naturaleza, y fomenta asociaciones e instituciones que trabajen en esa dirección».¹⁶² Los ciudadanos de la sociedad de consumo justo, responsable y felicitante, son también partícipes de los asuntos civiles y políticos, por ende, se les invita a sentirse miembros activos de la cosa política, donde aporte, den sugerencias de lo que se le pueda atribuir a la construcción de una sociedad mejor, una sociedad de igualdad y equidad. Dialogando y fomentando relaciones en sinergia con las empresas productoras de bienes para el mercado, donde logren poner en común acuerdos, principios básicos de convivencia y de adquisición incluyentes.

Ahora bien, concluyendo este capítulo, es necesario formar y educar al hombre en las virtudes de consciencia, de prudencia, autonomía que lo conduzca a la felicidad. Capaces de dejarse orientar por la razón para guiar sus deseos, para discernir su voluntad; logrando ser señor de sí al igual que sus semejantes.

Se propone un nuevo estilo de vida felicitante, en la medida que exista justicia en el comercio, un comercio justo en cuanto que brinde orientaciones y/o informaciones pertinentes del producto que se exhibe; un comercio justo para instaurar un consumo justo, que respete la autonomía del ciudadano y que luche por los intereses del colectivo y no simplemente de los intereses individuales.

Un estilo de vida en el que se rijan por normas que nacen de un común acuerdo entre las empresas productoras y los ciudadanos consumidores que promuevan la libertad, la responsabilidad, la participación, la inclusión de todos los ciudadanos y el cuidado de la casa común, la naturaleza. Así pues, se opta por una ciudadanía que forma en justicia y en equidad.

¹⁶² CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 254-255.

CAPÍTULO III

PERFIL DEL CIUDADANO JUSTO, RESPONSABLE Y FELIZ

En el capítulo anterior se desarrollaron tres claves imprescindibles que postula Cortina, para una ética del consumo que promueva la formación del ciudadano bajo criterios éticos y obtenga como resultado la consolidación de un nuevo estilo de vida dentro de la sociedad consumista. En primer lugar, se hizo referencia a la natural necesidad o intención del hombre de ser feliz. Posterior a esto, reconocer que la felicidad depende en buena medida de las creencias que posee la persona frente a lo que le ayuda a ser feliz; y finalmente un análisis desde aquellas sociedades en las que su ética se sustenta en la igual dignidad de los seres humanos, donde se ven obligadas - las sociedades-, a satisfacer unas exigencias esenciales de justicia, pues si renunciaran a ellas, reducirían o anularían su condición de humanidad.

En el presente capítulo se realizará la presentación del perfil del ciudadano consumista, responsable, autónomo y feliz dentro de la sociedad del consumo contemporáneo definiéndose:

- En la formación de su ciudadanía para la sociedad justa.
- En la relación con sus semejantes.
- En la relación con la “naturaleza”.

De esta manera se busca también, presentar la configuración del “nuevo estilo de vida” como respuesta a la problemática actual del consumismo. Sin categorizarlo como un fenómeno negativo ni positivo, sino como cultura universal propia de esta época.

3.1. EN LA FORMACIÓN DE SU CIUDADANÍA PARA LA SOCIEDAD JUSTA

Los desafíos que advienen en estos tiempos actuales, verdaderamente exigen respuestas sólidas y contundentes para poder acatarlos con valentía y excelencia. Por ese motivo, se hace necesario la formación del ciudadano desde todos los ámbitos que nutren su existencia como la humana, la espiritual, la intelectual y la profesional; que permiten hacer de aquella persona, un ciudadano idóneo, activo y ético en la justicia, en la responsabilidad y en la construcción de una sociedad justa y mejor.

La formación del ciudadano que exige este nuevo estilo de vida que se propone, radica en la capacitación de los hombres para una mentalidad inclusiva, abierta y acogedora de todos los demás, tanto de sus iguales, es decir, los demás humanos, como la misma naturaleza en su cuidado. Hombres pensantes por sí mismos, con criterios para decidir, elegir y dejar; como diría Cortina, «ciudadanos consciente de que las personas han de hacer su vida junto con otras desde su autonomía».¹⁶³ Siguiendo en la misma línea, también se requieren hombres excelentes, activos, que pongan sus habilidades y capacidades al servicio y a la construcción de la misma sociedad.

Se necesita, de igual modo, sociedades que eduquen a sus ciudadanos en la justicia y equidad, que protejan los derechos fundamentales de sus ciudadanos y capaciten de igual manera en conciencia crítica, todo en beneficio de la comunidad. Sociedades que forme el “*bienser*” y no

¹⁶³ “Educar en una ciudadanía justa”, *El País*, Martes, 20 de Junio de 2006, consultado 02 de Agosto de 2017, https://elpais.com/diario/2006/06/20/opinion/1150754414_850215.html

Simplemente en el “*bienestar*”; hombres disponibles y no temerosos por los que sufren, los que no tienen nada que retribuirles a cambio, los maltrechos, los desfavorecidos, en definitivas, los pobres.

Se necesita para la creación de una ciudadanía justa en una sociedad justa, hombres que sean señores de sí mismos, hombres en relación con los demás, que se reconozcan entre sí como personas y no simplemente como individuos. Si se cumplen estos requisitos entonces se educa para una ciudadanía justa.

3.1.1. EDUCAR EN CIUDADANÍA JUSTA PARA UNA SOCIEDAD JUSTA

La educación impartida al ciudadano en este nuevo estilo de vida, es la que forma conciencia en sentido de crítica, justicia y responsabilidad; que conlleva al hombre a insertarse en el sistema y disfrutarlo, no como lo plantea la doctrina, sino desde el deber ser del sistema. Parafraseando a Cortina, no se necesita transmitir por transmitir conocimientos, costumbres, hábitos, modos de vidas, con el objetivo que el destinatario lo asuma y cerrarle la oportunidad de tener otros horizontes.¹⁶⁴ Se trata más bien de capacitar al ciudadano, a ser señor y dueño de sí mismo en compañía de sus iguales; educándolos e informándoles responsablemente sobre las oportunidades y las consecuencias tanto en el buen desempeño como en un mal manejo del mismo, tal como lo expresa el capítulo anterior.

Ahora bien, es necesario tener presente un breve diagnóstico de la situación actual que se vive en todo el planeta, donde se evidencia en gran medida la falta de educación y las consecuencias que trae consigo el mal uso y la carencia de formación y de información sobre el fenómeno del consumo. Y para esto Cortina, apoyándose de Campbell, sostiene que «se ha criticado al

¹⁶⁴ Cfr., CORTINA, “Educar en una ciudadanía justa”, *El País*”.

consumismo por producir individuos pasivos, incapaces de actividad y creatividad, plegados a patrones pautados, en los que buscan satisfacer sus deseos o preferencias, [...] denominando a este hecho [...] hedonismo tradicional».¹⁶⁵ Sin embargo, Campbell, presenta un “*hedonismo moderno*”,¹⁶⁶ frente a esta postura Cortina afirmará que este tipo de hedonismo no forma ni desestabiliza al ciudadano para la reivindicación, más bien, absorbe al ciudadano en: la insatisfacción de sus necesidades, no conllevándoles a la felicidad; a no actuar de manera autónoma ni con razón; y no lo hace ciudadano activo, que se preocupe de las cuestiones civiles, políticas y públicas; sin sentido de la justicia formando más bien, un ser egoísta. Llegando al límite de perder el rumbo de su existencia y de su esencia como persona.¹⁶⁷

Con el desarrollo de la era de la información, propiciado por el internet; si no se tiene buena educación y formación crítica- responsable, especialmente en los jóvenes, para la participación y para el manejo de la misma; el sentido final de la técnica, podría ser contraria. En tal caso, la no deseada. Pues bien, si el hombre accede a la información sin conciencia crítica, sin ser responsable, el resultado podría ser la deformación del mismo hombre como ser social; convirtiéndose en un dato más que se sistematiza y se promociona en la red, perdiendo así la misma esencia de su subjetividad: ser persona.

En una sociedad de consumo sin formación de conciencia crítica, las implicaciones que trae la tecnología y la internet, conllevan a que el hombre sea un objeto de consumo, una mercancía subjetivada, hasta el punto que debe

¹⁶⁵ “Adela CORTINA, “*Por una Ética del consumo: La ciudadanía del consumidor en un mundo global*”, (Madrid: Taurus, 2002), 189.

¹⁶⁶ **Hedonismo moderno:** sostiene Campbell que es aquel que busca no busca la utilidad, sino el placer; que es creativo, imaginativo, anticipa el placer que proporcionan los objetos; crea deseo de forma permanente y que inventan significados nuevos para los objetos.

¹⁶⁷ Cfr., CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 190.

“mostrarse” y “venderse” a los demás como un objeto ideal, que en realidad no es él mismo, sino una proyección adulterada de su identidad.

En relación a esto Bauman sostiene que «los adolescentes equipados con confesionarios electrónicos portátiles no son otra cosa que aprendices entrenados en las artes de una sociedad confesional -una sociedad que se destaca por haber borrado los límites que otrora separaban lo privado de lo público, por haber convertido en virtudes y obligaciones públicas el hecho de exponer abiertamente lo privado»¹⁶⁸. Así pues, el hombre además de convertirse en un dato objetivado, se convierte en objeto de consumo en la red, debido a que todo lo que publique en ella será manejado por múltiples personas, que muchas veces no conoce, por lo tanto ya no tiene control sobre su propia vida. Y aunque el mismo hombre sea el que suba a la red su propia información, ya no tendrá autonomía sobre ella, convirtiendo toda su vida privada en pública para los demás, donde pueden acceder, interpretar y adueñarse de ella. Por eso se hace necesario poner límites en las acciones cotidianas.

Siguiendo en esta misma línea, un espacio donde se percata esta problemática son las redes sociales en Internet, que se han convertido en un fenómeno arrollador con inimaginables incursiones en la vida de una gran cantidad de personas en el mundo. Actualmente se observa que la mayoría de las personas tiene como espacios preferidos los lugares que le ofrezcan placer y comodidad, que les maquille sus defectos y les ayude a volverse interesantes o atractivos para el mundo como otras figuras públicas o famosas. Con múltiples máscaras que oscurecen los verdaderos rostros, obtiene el brillo y el color necesario para pertenecer al fantasioso contexto creado por cada uno.

¹⁶⁸BAUMAN, *Vida de Consumo*, 14.

Sumando, el hombre motivado por este deseo de facilidad ha hecho que todo sea conforme a sus expectativas, es decir, permanecer en una vida “light”, en constante estado de “relax”, y con todo a un ‘Clic’ de distancia. Con esta afirmación no se quiere decir que sea mala u obscena la ventaja que nos ofrece la tecnología hoy en día; sino resaltar que ella es hoy el agente dominador y el hombre esté dominado por en una relación de dependencia absolutizada, cuando la relación debería ser inversa.

El fondo de esta relación tergiversada deviene del inadecuado manejo que se le ha dado a la técnica, así como la ponderación excesiva de su papel protagónico en el desarrollo de la humanidad. Es necesario reconocer que la transformación de la sociedad en todos sus ámbitos, debe ser pensada con miras al bien propio y común, al mejoramiento en la calidad de la vida de todos los seres vivos en especial la humana y al uso mesurado de los bienes para la satisfacción de las necesidades primarias y secundarias.

Bien sabemos que la población más débil y más accesible a estos cambios son los jóvenes, pero no son los únicos. Por eso las empresas se valen de ellos, para lanzar al mercado, los productos que hacen creer que son los que satisfacen las necesidades primordiales, los deseos profundos y que dan fama ante una ciega sociedad. En este nuevo patio social, no hay control directo como lo había en el patio físico, donde los maestros, guías, coordinadores y rectores ejercían una asistencia directa. En el patio virtual el control solo lo ejerce una sola realidad: la red, que no tiene rostro pero sí intenciones ocultas, de dominar las conciencias y la subjetividad de los navegantes virtuales.

En resumidas cuentas, si no se educan ciudadanos para vivir en una sociedad justa, en una sociedad que les reconozca su ser persona, la protección de sus derechos, la garantía en la participación activa en las cosas

políticas y públicas; y respeten su autonomía; se forman hombres sin consciencia crítica, inmersos en el sistema consumista sin nada más; hombres que se convierten en objetos de consumo y para el consumo; de igual manera, las relaciones interpersonales quedarían sujetas a cambios vertiginosos, desplazándose la oportunidad de compartir físicamente por simplemente códigos binarios en una computadora, tal y como lo afirma Bauman.

Por otra parte, para hablar de sociedad justa, se hace necesario definir qué se entiende por justicia, sin embargo, es importante aclarar que es un concepto que muchas veces ha sido modificado en su significación a partir de las épocas o periodos de tiempo en el que el hombre se desenvuelve. Así pues, desde antiguo se ha entendido por justicia en “*dar a cada uno lo que le corresponde*” sentencia que le pertenece a Céfalo cuando éste da su definición acerca de lo que es, -según su juicio-, la justicia en el libro “*La República de Platón, en el parágrafo 331c*”. Así pues, siguiendo a Cortina, ¿qué es eso lo que le corresponde a cada uno?

Podemos decir que en la actualidad la justicia es «la virtud de las instituciones y es también las virtudes de las comunidades políticas, las virtudes de las sociedades». ¹⁶⁹ Y esto es así dado que en la medida que fueron ellas quienes a causa de las grandes guerras mundiales tomaron cartas en el asunto, mostrando sus preocupaciones para que en el presente y en el futuro no se presentaran estos tipos de agravios, de violencias sangrientas, de masacres que pone en riesgo la vida, integridad y la dignidad del ser humano, especialmente la paz entre las sociedades, o si se presentaban estuviesen frenados por este acontecimiento de gran importancia en la historia de la humanidad.

¹⁶⁹ Adela CORTINA, “La educación desde el ser. La ética en la construcción de una sociedad justa e incluyente” (Ponencia presentada en Centro de integridad, Universidad EAFIT, Medellín, 23 febrero, 2017).

He aquí que un grupo de países en el año 1948 decidieron reunirse y brindar un legado que salvaguardaría estas virtudes de la vida, dignidad e integridad y paz para toda la humanidad. Este es la “*Declaración Internacional de los Derechos Humanos*”. Esta Declaración tiene dos tipos de derechos, según la filósofa española, los cuales son: en un primer grupo estarían los Derechos civiles y políticos y en un segundo grupos los económicos, sociales y culturales.¹⁷⁰

Estos derechos que deben ser protegidos por parte del Estado hacia el ciudadano es la respuesta a la cuestión de lo que le corresponde a cada uno en término de la justicia. Un hogar, educación, recreación, trabajo, libertad de expresión, de desarrollo de la personalidad, salud, en otras palabras, aquellos que hacen del ciudadano, un hombre integral mediante la formación y la vivencia digna.

Vivencia que no deberían de limitarse a un simple bienestar. De hecho, Cortina presenta que el Estado y el ciudadano deben optar en forjar estados de vida que propicien más la formación del hombre en el “*Bienser*” que en el bienestar, pues, para ella el bienestar de una u otra forma es exclusión e injusticia en la medida que mientras que un colectivo está disfrutando de sus bienes, de sus vacaciones, de sus lujos, de su carro último modelo, de sus riquezas y ganancias en los lugares más exuberante de la tierra; mientras que

¹⁷⁰ CORTINA, “La educación desde el ser. La ética en la construcción de una sociedad justa e incluyente”.

Los Derechos Civiles y Políticos son: la libertad de expresión, libertad de asociación, libertad de reunión, y libertad de consciencia. Todas estas libertades que tratan de frenar las sociedades totalitarias que lo que intentan hacer es cerrar medios de comunicaciones, de televisiones, impedir que los individuos se puedan expresar libremente, se puedan forjar su propia consciencia. Esos derechos de primera generación son los derechos de la tradición liberal que tratan de asentar las posibilidades de las personas de vivir una vida en libertad. Y también, el derecho a la participación en las comunidades políticas a las que se pertenece.

Los derechos económicos, sociales y culturales son: el derecho al trabajo, a una atención en tiempo de vulnerabilidad, a una vivienda digna, el derecho a la educación, el derecho a la sanidad, el derecho a participar en la cultura de la sociedad en la que se vive un conjunto de derechos que hacen una vida digna de ser vivida.

otros en cambio, están siendo explotados, están siendo violados en sus derechos, sin ser reconocidos como persona, y adoleciendo de los «*mínimo de Justicia*, por lo bajo de los cuales no se puede caer sin caer en inhumanidad». ¹⁷¹ Existen casos que el bienestar de unos se funda en el bienestar de otros.

3.1.2. EDUCAR EN EL “BIENSER”

“*Bienser*” es un concepto creado por Adela Cortina, en el cual afirma que hay que educar al hombre desde el ser, para el “bienser” más que optar por forjar el bienestar, ya que ésta tiende a convertir al hombre en un ser excluyente. La felicidad de las personas entendida como el “bienser”, es la que tiene en cuenta no solo el propio bienestar, sino sobre todo, advierte que no se puede ser feliz si hay otras personas sufriendo.

Si existen personas que sufren porque sus derechos son violados, viven en desigualdades y son excluidos; entonces, hay que crear sociedades justas e incluyentes que no dejen a nadie por fuera. Es decir, admitir a todos porque no hay pobres y desamparados que no puedan quedar fuera. Pero el problema no es que unos tengan y otros no. La cuestión radica en la falta de compromisos que ciertas personas tienen para con los otros, manifestándose en la insensibilidad con el sufrimiento del pobre, excluido y marginado. Pues en realidad no se puede ser feliz, mientras otros sufren y no sentimos como propios dichos oprobios. Por dicho motivo del compromiso y de la inclusión se hace necesariamente urgente para una sociedad justa educar al ciudadano en el “*Bienser*”, concepto creado por la autora, más que en su propio

¹⁷¹ CORTINA, “La educación desde el ser. La ética en la construcción de una sociedad justa e incluyente”.

bienestar. Porque el bienestar «a pesar de sus grandes méritos, genera una ciudadanía pasiva, entendida como un "derecho a reclamar derechos"». ¹⁷²

Dado que «Existe una desigualdad radical en el conjunto de la sociedad, porque algunos sí tenemos las posibilidades de desarrollar esos planes de vida, de tener una profesión que hemos elegido y que nos parece importante, de poder disfrutar de una familia, seres queridos, disfrutar de unas relaciones, algunos tenemos esas oportunidades, hay una gran parte de la humanidad que no tiene esas capacidades, que no tiene esas posibilidades y eso al fin de cuenta, es una situación claramente injusta». ¹⁷³

La acción educadora sucede en la medida que capacite al ciudadano en la conciencia de inclusión, de respeto y compromiso para aquellos que son necesitados. De igual forma, en la tarea del Estado en proteger los derechos fundamentales de todos los ciudadanos, sin tener prevalencia en unos y descuido para otros y apoyándose de Cortina se expondría las siguientes razones:

- Satisfacer las necesidades de todos los seres humanos.
- Erradicar la pobreza.
- Educación a todos.
- Proporcionar a todos los seres humanos la oportunidad de una vida plena.

En definitiva, en una sociedad donde los mínimos de justicia no sean protegidos, donde el ciudadano no se sienta señor y dueño de sí en relación con sus iguales, es decir, que sienta ajenos y lejanos los padecimientos de los otros, sin importarles las posibilidades que el otro tiene para desarrollar con

¹⁷² “Educar para una Ciudadanía Activa”, *El País*, Sábado, 30 de diciembre de 2006, consultado el 8 de mayo del 2017,

https://elpais.com/diario/2006/12/30/opinion/1167433212_850215.html

¹⁷³ CORTINA, “La educación desde el ser. La ética en la construcción de una sociedad justa e incluyente”.

libertad, la vida que desea, sino simplemente en afianzar sus intereses particulares; entonces, no se crea una sociedad de justicia, ni mucho menos, se forma al ciudadano para una ciudadanía justa, incluyente y universal.

3.2. EN RELACIÓN CON SUS SEMEJANTES

Un ciudadano que adquiera una formación adecuada en la autonomía, en las responsabilidades tanto de sus actos como en los colectivos, en la lucha por el interés del bien general antes de las propias búsquedas; un ciudadano que es abierto a nuevas maneras de pensar y de analizar los horizontes de su existencia; un ciudadano que es consciente de sus derechos y de sus deberes; un ciudadano capaz de sentirse señor y dueño de sí con sus iguales; un ciudadano que en sus relaciones con los demás, prefiere un encuentro interpersonal a mera digitalización; es un ciudadano justo que ayuda en la construcción de una sociedad justa. Una sociedad de igual manera, universal; en otras palabras, una sociedad que apunta «hacia el ideal de una ciudadanía cosmopolita, hacia un mundo en que todas las personas se sepan y sientan tratadas como ciudadanas».¹⁷⁴

En la formación del “Bienser”, el ciudadano conoce y es consciente que él solo en esta tierra no está, y por ende, se sensibiliza de las situaciones que otro ciudadano, aún, fuera de su región, en otro país, vive. Sí, en la medida que comprende que «somos humanos y nada de lo humano nos puede resultar ajenos».¹⁷⁵ Porque todo de lo humano afecta a todos los humanos.

Anteriormente se hablaba de los mínimos de justicia de los cuales el Estado debe proteger en favor de sus ciudadanos y también de los que vienen

¹⁷⁴ “Educar para una Ciudadanía Cosmopolita”, *El País*, Miércoles, 11 de febrero de 2004, consultado el 8 de mayo del 2017,

https://elpais.com/diario/2004/02/11/opinion/1076454006_850215.html

¹⁷⁵ CORTINA, “La educación desde el ser. La ética en la construcción de una sociedad justa e incluyente”.

de afuera. Es decir, de los extranjeros. Así pues, es importante educar al hombre en «empoderar las capacidades básicas de todos, para que puedan ser libres, para que puedan desarrollar sus planes de vida como ellos crean que los tienen que desarrollar».¹⁷⁶

Para formar una sociedad justa que sea al igual, una sociedad incluyente, se necesita empezar por pequeñas cosas como por ejemplo: un saludo, unas gracias, un encuentro interpersonal, una estrechada fuerte y sincera de manos, un obsequio, entre otras. Porque es tendencia en la sociedad de consumo que las relaciones sean más efímeras que perdurables.

Mediante este diagnóstico que a continuación se presentará, se podría analizar la divergencia entre el tipo de relaciones entre los humanos que se observa en la sociedad del consumo, con el modo de relacionarse que se propone en este nuevo estilo de vida, dentro de la sociedad justa.

Así pues, los seres humanos por naturaleza son seres sociables, quieren por medio de relaciones expresar ideas, afectos y pensamientos a otros. El hombre dentro de la sociedad moderna se relacionaba con el otro mediante tres posibilidades, comúnmente conocidas como funcionales, amorosas e interpersonales; estas proveían el eje de diferenciación de cada uno para con los que entraba en su relación. Pero dentro de la sociedad del consumo, estas relaciones quedan sujetas a una sola, la cual se denomina como afirma Bauman, “Cibervida”. Ésta desplaza rápidamente todo tipo de intimidad, de privacidad, llevando consigo el reemplazo de la identificación personal, hasta el punto de alcanzar múltiples identidades.

¹⁷⁶ CORTINA, “La educación desde el ser. La ética en la construcción de una sociedad justa e incluyente”.

De esta manera, avala Bauman:

«en Corea del Sur, por ejemplo, donde ya es rutina que la mayor parte de la vida social se encuentre mediatizada electrónicamente (o más bien donde la vida social ya se ha transformado en una vida electrónica o cibervida, y donde gran parte de la "vida social" se desarrolla en compañía de una computadora, un iPod o un celular, y sólo secundariamente con otros seres de carne y hueso), resulta obvio para los propios jóvenes que no poseen el más mínimo margen de maniobra o elección, sino que se trata de una cuestión de "tómalo o déjalo"». ¹⁷⁷

Este problema ha posibilitado un nuevo estilo de vida, donde el hábito de relacionarse dentro de la sociedad de forma dialogante de persona a persona, ha sido relegado por la "ciberidad", pasando la relación humana a un segundo plano, e instalándose la relación virtual como centro de la vida social. Se cree que es más fácil decir las cosas por medio de este instrumento electrónico, donde el otro no va a notar el cómo se le dice, qué facciones se hacen en el rostro, ni el tono de voz cómo se transmite el mensaje.

Pero ¿qué causa que el hombre reemplace un encuentro personal por uno electrónico? O ¿Por qué las relaciones del hombre dentro de la sociedad de consumo no son tan duraderas como otrora?

En primer lugar, es el deseo. Y éste siempre ha existido, principalmente con el objetivo de superar los límites que el mismo hombre tiene, pero este deseo ha conseguido cosas inimaginables en la sociedad de consumo gracias a su influencia con la ciencia y la tecnología, porque «cuantos más hombres gocen de una existencia satisfecha, más en seguro estarán mi libertad, mi propiedad, las personas a quienes estimo y la realización de mis proyectos». ¹⁷⁸

¹⁷⁷ Zygmunt BAUMAN, *Vida de consumo*, 13.

¹⁷⁸ "Una ética de la responsabilidad solidaria", *El País*, Jueves, 26 de febrero de 1987, consultado el 8 de mayo del 2017, https://elpais.com/diario/1987/02/26/cultura/541292402_850215.html

Ya que ésta le ha dado medios al hombre para que dicho deseo a la vez tenga más satisfacción por los nuevos descubrimientos, pero al mismo tiempo insatisfacción porque el hombre siempre “quiere más”.

Y como segundo, descartamos relaciones porque estas tienen menor “valor de mercado”; incluso cuando hemos optado por consumir una relación determinada pueden aparecer, pasado un tiempo, insatisfacciones (al igual que nos pasa con muchas de las cosas que compramos) y deseamos esa relación porque el producto no satisface nuestras expectativas. Por lo tanto, todo se convierte en obsoleto cuando su expectativa de satisfacción se ha acabado; ya sea por el mismo hombre que quiere más posibilidades o la sociedad de consumo, que por los nuevos descubrimientos, aparta la mirada de los hombres de lo que tienen a lo que pueden tener si consumen más. Pero esto también se gira a la inversa, nosotros somos productos que pueden ser desechados por nuestros semejantes, hasta el punto de tenernos siempre alerta para que nuestro valor de mercado sea alto. Es aquí donde toma valor lo dicho por Cortina, actuamos por simple bienestar, «bienestar que cada ciudadano imagina como la satisfacción de todos sus posibles deseos».¹⁷⁹

Esto afecta no solo a su identidad, sino a sus relaciones con las personas y el mundo. Buscamos en el otro un producto, unas características que nos satisfagan, nos proporcionen los beneficios de la relación social minimizando los costes. Sus relaciones con los demás serán poco duraderas (amistades, matrimonio, compañeros de trabajo, vecinos, etc.) por diversas razones, todas con la raíz principal de que el mismo hombre se ha convertido en objeto de consumo por el deseo de ser más, que lo lleva a la apariencia, a la exhibición, a la caducidad, a querer progresar sin consolidar su ser.

¹⁷⁹ CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 171.

Afirma Bauman: «la sociedad de consumidores se caracteriza por refundar las relaciones, interhumanas a imagen y semejanza de las relaciones que se establecen entre consumidores y objetos de consumo».¹⁸⁰ Al igual, dentro de la sociedad del consumo se vive en una superficialidad existencial, donde los ideales, las metas y la identidad han “salido de vacaciones” y se desconoce su retorno. El nuevo estilo de vida, erigido en la sociedad del consumo, está formando y necesitando hombres capaces de anhelar, de exhibir, de adquirir, de comprar - gastar y desechar lo propio, lo personal, lo del otro, para conseguir objetos y estar siempre a la moda, en pocas palabras, tener un “espíritu de la apariencia de ser”.

En otro orden de cosas, las relaciones en la sociedad justa mediante la ciudadanía justa, como nuevo estilo de vida, dentro de la sociedad de consumo, serán cada vez más duraderas siempre y cuando se eduque para el cosmopolitismo desde la inclusión y la protección de los derechos. La filósofa española acredita que «educar para el cosmopolitismo es formar ciudadanos bien informados, con buenos conocimientos, y también prudentes en la elección de una vida buena. Pero es también en gran medida, en enorme medida, educar con un profundo sentido de la justicia y la solidaridad».¹⁸¹

3.2.1. UNA SOCIEDAD JUSTA ES TAMBIÉN UNA SOCIEDAD INCLUYENTE

Debemos actuar por la construcción de relaciones en las que no desliguemos las relaciones humanas presenciales simplemente, por los hitos que la era del consumo trae consigo. Antes bien, a partir de la educación de la consciencia el ciudadano se capacita para la convivencia y a su vez a la

¹⁸⁰ Zygmunt BAUMAN, *Vida de consumo*, 24-25.

¹⁸¹ “Educar para una Ciudadanía Cosmopolita”, *El País*, Miércoles, 11 de febrero de 2004, consultado el 8 de mayo del 2017, https://elpais.com/diario/2004/02/11/opinion/1076454006_850215.html

inclusión de todos los seres humanos tanto locales como mundiales. Y para que esto sea factible se necesita desde las mismas instituciones, como virtudes de justicia, desarrollar planes «de forma que los chicos no se acosen unos a otros».¹⁸²

Los ciudadanos que aprenden a convivir juntos hasta con los otros humanos tantos de su nación como los de otros países, son capaces de abrirse a la hospitalidad y hacerle frente al fenómeno de inmigración que se está viviendo en esta época; pues sin virar tan lejos, cuando se forma en la inclusión, en sentido de responsabilidad y de solidaridad con el necesitado, se comprende que lo que afecta a un grupo de humanos, afecta a todos los humanos como antes se mencionó y por ende, en nuestro país, si se comienza a formar desde las instituciones en justicia, que trae consigo la libertad y la inclusión y la equidad personal y comunitaria a los niños y jóvenes; se aceptarán a las personas provenientes de los grupos que están al margen de la ley.

Cuando todos aportan para la construcción de una nueva sociedad que a su vez es justa, se implementan mecanismos de acogida, y para esto es importante que el ciudadano no haya sido educado en el resentimiento y en el rencor hacia aquellos que han obrado mal; sino, que haya tenido bases de responsabilidad y solidaridad social. Y esta sociedad también se crea cuando existe la verdadera inclusión. En definitiva, «hay que crear sociedades justas e incluyentes que no dejen a nadie por fuera».¹⁸³ Es decir, admitir a todos porque todos somos humanos. Y en la medida que se acogen a todos, se forma

¹⁸² “Educar para una Ciudadanía Activa”, *El País*, Sábado, 30 de diciembre de 2006, consultado el 8 de mayo del 2017,

https://elpais.com/diario/2006/12/30/opinion/1167433212_850215.html

¹⁸³ CORTINA, “La educación desde el ser. La ética en la construcción de una sociedad justa e incluyente”.

también, en el desarrollo de sus capacidades y habilidades que enriquecen al colectivo, dando a luz a una sociedad éticamente justa.

Por ética se entiende desde el diccionario de la Real Academia Española, “*el cultivo del carácter*” o “*conjunto de normas morales que rigen la conducta humana*”. Sin embargo, se tomará mejor la primera definición: el *cultivo del carácter* que a lo largo del crecimiento y desarrollo del hombre, dado por circunstancias tanto externas como internas, se manifiesta en los modos de ser y de actuar propios del mismo hombre. Así pues, si estos modos de ser, si aportan al crecimiento personal y del bien común de la sociedad se denominan “virtudes”, pero si están en detrimento del bien personal y colectivo, son calificados como “vicios”.

3.2.2. CIUDADANOS EXCELENTES PARA UNA SOCIEDAD JUSTA

Todos los seres humanos están dotados de cualidades y de habilidades que la misma naturaleza les brinda para su desarrollo y hacer de su existencia modos de vida que les allana el camino que los conduce al deseo que los atrae, el de ser felices. Sin embargo, en este nuevo estilo de vida que se propone, necesita de ciudadanos responsables, autónomos y libres que pongan al servicio de la comunidad sus habilidades y virtudes, para la construcción de la sociedad justa que se desea. Afirma Cortina: «La palabra virtud quiere decir excelencia, y el excelente es el que domina una habilidad por encima de la media, el que destaca, porque domina una competencia por encima de la media». ¹⁸⁴ Aún así, se acerca a los personajes de las obras homéricas griegas, con la intención de demostrar la excelencia que cada uno poseía y que lo ponía al servicio de la comunidad.

¹⁸⁴ CORTINA, “La educación desde el ser. La ética en la construcción de una sociedad justa e incluyente”.

«Aquiles, el de los pies ligeros, corría más allá de la media. Preamos, que es el príncipe de Troya, era excelente en la prudencia. Héctor que era el jefe de la tropa, era excelente en valor; Andrómeda, la mujer de Héctor, era excelente en amor conyugal y en el amor materno. Patroclo era excelente en la amistad. Todos son excelentes en una capacidad. Eunice era excelente en astucia y Penélope era excelente en fidelidad».¹⁸⁵

Todos los ciudadanos eran conscientes que habían sido dotados de excelencias, que a su vez, debían ponerlas al servicio para la supervivencia de la comunidad y actuando de esa forma, lograban sacar adelante sus labores y vivían en felicidad. No obstante, es indispensable sostener que el hombre no debe poner sus competencias en agravio de los otros. Pues no se trata de educar para derrotar al otro, para ser el primero, no se trata de una excelencia en el sentido neoliberal, no. «La excelencia es el intento de competir consigo mismo, para desarrollar al máximo las propias capacidades».¹⁸⁶

Competir consigo mismo significa entonces, *conocerse* en primer lugar, dado que a partir de la consciencia que el ciudadano hace de sí, sabe cuáles son sus virtudes y cuáles son sus defectos y trata siempre de hacer el bien y de evitar el mal para sí y para la comunidad.

También sabe actuar antes las situaciones que la vida le ofrece, pues es capaz de discernir moralmente lo que le sería conveniente para su formación y dejar lo que puede ocasionarle desagrado en su existencia y en la de los demás.

Y por último, actúa libre y responsablemente dentro del sistema de consumo, con espíritu de pertenencia a un estado de soberanía y de justicia. Es claro pues, que no solo busca la satisfacción de deseos propios sino que

¹⁸⁵ CORTINA, “La educación desde el ser. La ética en la construcción de una sociedad justa e incluyente”.

¹⁸⁶ CORTINA, “La educación desde el ser. La ética en la construcción de una sociedad justa e incluyente”.

juzga lo que concierne al bien común y a lo que no deshumaniza. Más bien, todo lo que realiza, lo hace por seguir afianzando su formación y su participación activa en la sociedad como ciudadano que conoce de sus derechos y de sus deberes.

En resumidas cuentas, para que la sociedad justa capacite a sus ciudadanos debe en primer lugar, proteger sus derechos básicos y de segunda y tercera categorías. Por otra parte, debe garantizar una educación desde su integridad y en la inclusión, para que sea consciente que es humano y que se forma en relación con otros seres humanos. También es importante ayudar a desarrollar sus potenciales para el bien de sí y del colectivo, dado que se necesitan hombres valientes, activos, capaces de sobresalir del común sin denigrar de los demás, hombres excelentes, no mediocres, que trabajen y aporten al interés común.

La sociedad del consumo está formando individuos solitarios y posesivos que únicamente piensan en satisfacer sus necesidades verdaderas y falsas a costa de cualquier cosa. Crea individuos excluyentes porque se privan del contacto relacional con otros hombres. Dice Cortina «la persona es individuo en relación. (Por eso es importante el contacto, porque cuando yo no estoy con otro, la denigro, la excluyo, suprimo su condición de persona y eso es sumamente perjudicial)».¹⁸⁷ Por último, si en una sociedad hay excluidos, marginados, acechados, negados, si hay personas que sufren pero que sus necesidades no afectan las nuestras, no se podría considerar una sociedad justa y equitativa, pues, no están actuando como deberían de hacerlo. El objetivo de esta sociedad justa es superar el deseo de satisfacer, asumiendo una actitud de compasión frente al humano que sufre, dado que una formación

¹⁸⁷ CORTINA, “La educación desde el ser. La ética en la construcción de una sociedad justa e incluyente”.

centrada más en el cultivo del *bienser*, que en la adquisición de una condición de bienestar, tiene como resultado un carácter de mayor humanidad.

3.3. EN RELACIÓN CON LA NATURALEZA

El medio ambiente es un espacio que otorga a todos los seres vivos (animados o no) un lugar para habitar y desarrollarse desde la plena libertad. Pues se reconoce que ella, -la naturaleza-, es garante de satisfacción de las necesidades de los seres que la habitan. Ella como una madre protectora, brinda todo lo necesario para que las condiciones de vida, especialmente para el humano, sean agradables.

Se afirma pues, que en ella se puede aprender a ser justos, aunque para algunos pensadores suela ser la más injusta; ya que por un lado, dota a algunos seres vivos de muchos bienes, mientras que a otros desde su nacimiento se los niega. Tales casos son aquellos seres vivos que nacen con alguna limitación física, o quienes desarrollan malformaciones congénitas. No obstante, otros sostienen que es justa en la medida que abre sus puertas y brinda un lugar a todos para que también experimenten de sus beneficios.

A pesar de lo anterior, es innegable que la cultura desmedida del consumismo ha producido en el hombre una sobreexplotación de la riqueza ecológica, pues, sus ansias de querer ganar, de querer acumular riquezas, están haciendo del ecosistema en su fauna y flora, espacios totalmente desiertos; transformando los espacios que antes se caracterizaban por su riqueza natural y sus tonos verdes, en áridos valles donde la vida queda reducida a su mínima expresión. Por lo anterior, se hace más que latente que “nuestra casa común”, -título otorgado por el Papa Francisco-, está pasando por una crisis mortal, que de no tomar cartas en el asunto puede desembocar

en su irreversible destrucción, trayendo consigo grandes cambios tanto en la parte natural como en la condición y en la vida humana.

Afirma Francisco que «la continuidad de los cambios de la humanidad y del planeta se une hoy la intensificación de ritmos de vida y de trabajo, en eso que algunos llaman “rapidación”». ¹⁸⁸ Vivimos hoy por hoy una época de cambios vertiginosos, donde grandes empresas nacionales e internacionales se aprovechan de la riqueza natural, que pertenece a todos, para adueñarse y hacer un mal uso de ese patrimonio de toda la humanidad incrementando cada vez más la nueva cultura del descarte.

Después de todo, la naturaleza como una creadora y reproductora de muchas especies, tiene su propio sistema cíclico ejemplar para fecundar, desarrollar, reproducir y extinguir los recursos renovables. Así mismo, las plantas sintetizan nutrientes que alimentan a los herbívoros, éstos, a su vez, alimentan a los carnívoros que producen importantes cantidades de residuos orgánicos, los cuales dan lugar a una nueva generación de vegetales. ¹⁸⁹ La misma naturaleza es gestora de los gozos para una generación y promotora de los de las siguientes.

Cosa contraria, sucede con la sociedad consumista actual, en la que solamente se tiene puesta la mirada en el presente, descuidando el porvenir de las nuevas generaciones, limitando los recursos no renovables y desaprovechando los renovable, que como consecuencia generan escasez. No obstante, si se quiere un cambio, no es conveniente centrarse únicamente en «las nuevas tecnologías como aquellas que resuelven los problemas medio

¹⁸⁸ FRANCISCO, “*Laudato si*”, (Bogotá: Paulinas, 2015), 19. § 18.

¹⁸⁹ Cfr., FRANCISCO, “*Laudato si*”, (Bogotá: Paulinas, 2015), 22.

ambientales creados por las anteriores, sino un “cambio de actitud”, un nuevo ethos, el firme compromiso de cambiar radicalmente». ¹⁹⁰

De este modo, todos los ciudadanos del nuevo estilo de vida que se propone en la ciudadanía justa para la conformación de una sociedad justa, están llamados a tomar conciencia de estas necesidades y de los peligros ecológicos que una mala administración por parte de los humanos genera; pues al no detenerse, tendrá como resultado la lapidación del hábitat que es un espacio para la comunidad, que es necesario comenzar a cambiar desde la persona misma, asumiendo un nuevo hábito de vida que sea agradable y sano individual como comunitariamente.

3.3.1. UN GRITO DE ¡AUXILIO!

Son muchos los modos que emplea el hombre para contaminar el medio ambiente, transformándolo en un total depósito de basuras, de desechos. Y aún, las empresas teniendo la capacidad de menguar la cantidad de toneladas de desperdicio abrumante que cada por año se desechan, de volver a reutilizar las cosas que han cumplido su tiempo de existencia, de respetar las selvas vírgenes, de hacer un buen uso de la tierra, de desarrollar tecnologías adecuada para la acumulación, de ayudar a la sociedad a concienciarse del problema en que se está viviendo para así poder gozar de los servicios y de las maravillas que el planeta brinda, pero mejor prefieren el abarcar todo lo que esté a su alcance, transformarlos, venderlos y luego desecharlo.

Parafraseando la afirmación del Papa Francisco en la que pone de manifiesto la gran preocupación que existe, dado el mal manejo y pésimo cuidado que el hombre consumista está teniendo de la naturaleza y de manera explícita denuncia la falta que están cometiendo las grandes organizaciones en

¹⁹⁰ CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 150.

el modo de disfrazar un error con una posible solución trayendo luego ésta consigo nuevos problemas, donde la tecnología que, ligada a las finanzas, pretende ser la única solución.¹⁹¹ Los humanos también entran a ser partícipes de la cultura del descarte, no solamente con las cosas materiales; porque es tan fuerte este fenómeno, que si el hombre no encuentra quien o que le satisfaga sus deseos, éste lo aparta repudiándolo y sin la oportunidad de volver hacia ello. Sin pensarlo dos veces, se convierte en basura, no reutilizable.

El daño a la naturaleza trae consigo ruptura de las relaciones del hombre -ya citadas anteriormente- y deterioro de la calidad de la vida humana y degradación social¹⁹² desde el mismo momento en que la avaricia de los que se hacen llamar “poderosos”, “afortunados”, en el tener y gobernar, destruyen todo lo que está a su paso sin tener en cuenta la vida ni los hábitos de los seres vivos. Considerando al ser humano en sí mismo como un bien de consumo, que se puede usar y luego tirar.¹⁹³

Dentro del estilo consumista, a muy pocos les interesa la preservación de los bienes naturales, ni las consecuencias que su destrucción puede traer consigo en tiempos futuros. Sin advertir a simple vista la degradación causada. Con todo, muchas selvas que eran vírgenes, actualmente están siendo tomadas por algunas organizaciones Estatales e Internacionales, deteriorándolas para la abstracción de maderas, minerales, metales y gases; causando una gran pérdida de especies de fauna y flora; poniendo también en posición débil al ser humano.

Más aún, se dejan infértiles tanto para la producción como para la vivencia, por consecuencia de los diversos tipos de químicos que se le

¹⁹¹ Cfr., FRANCISCO, “*Laudato si*”, (Bogotá: Paulinas, 2015), 20.

¹⁹² Cfr., FRANCISCO, “*Laudato si*”, (Bogotá: Paulinas, 2015), 32.

¹⁹³ FRANCISCO, “*Evangelii Gaudium*”, (Bogotá: Paulinas, 2013), § 53.

proporcionan. Estas tierras quedan de por vida descartadas y desechadas, haciendo menos bella, menos productiva, menos habitable, menos rica y volviéndola más hostil y limitada en el avance desenfrenado del desarrollo de la tecnología y de las ofertas de consumo.¹⁹⁴ Sigue afirmando Francisco, hemos dado inicio a la cultura del «descarte» que, además, se promueve. Ya no se trata simplemente del fenómeno de la explotación y de la opresión, sino de algo nuevo: con la exclusión queda afectada en su misma raíz la pertenencia a la sociedad en la que se vive, pues ya no se está en ella abajo, en la periferia, o sin poder, sino que se está fuera. Los excluidos no son «explotados» sino desechos, «sobrantes».

El problema que actualmente está causando impacto en la sociedad es la tala de árboles, trayendo consigo los derrumbamientos de tierra, la inestabilidad geológica de un contexto, la desaparición de muchas especies de aves, de animales que habitan en los picos de éstos, la desaparición en partes montañosas de corriente de agua dulce que alimentaba a los corregimientos o veredas cercanas, causando igualmente revuelco en el ámbito social, económico, y político del entorno.

Se hace necesario la educación en la concienciación ecológica, la cual entraría hacer parte de la formación del “*bienser*” del ciudadano justo. Cuando se habla que el humano no puede ser feliz mientras haya otros humanos sufriendo, esta sentencia se abre para también acoger a la naturaleza, cuando ésta lanza un “Grito de Auxilio” ante la deplorable administración que el hombre consumista ejecuta. Claro está, como sostiene Adela Cortina, no al mismo alcance del humano pero «evidentemente es necesario cuidar de ella,

¹⁹⁴ Cfr., FRANCISCO, “*Laudato si*”, (Bogotá: Paulinas, 2015), § 34.

porque la naturaleza es valiosa, no en el mismo grado de las personas, pero es valiosa y es necesario cuidar de ella».¹⁹⁵

En otro orden de cosas, es imprescindible hacer mención que así como existen pocos que no se preocupan por la preservación de la ecología, ni las consecuencias que esto puede traer en tiempos futuros, existen personas y son muchas, a quienes sí les importa y luchan por preservar los recursos naturales y por exigir que sus derechos sean respetados. Porque tienen en su conciencia la sensibilización de «construir un mundo en el que todos los seres humanos sean tratados con la dignidad que les corresponde por ser fines en sí mismos, y en cuidar de los restantes seres naturales.¹⁹⁶ También, son conscientes que si el planeta tierra está en peligro, la calidad de la vida del hombre estaría en serios problemas.

¹⁹⁵ CORTINA, “La educación desde el ser. La ética en la construcción de una sociedad justa e incluyente”.

¹⁹⁶ CORTINA, “*Por una Ética del consumo*”, 151.

CONCLUSIONES

El nuevo estilo de vida que se propone no es difícil de vivir, pero es exigente para todos los ciudadanos en la medida que pide responsabilidad y compromiso en el trabajo por la construcción de la sociedad justa, equitativa e incluyente.

La sociedad justa exige del ciudadano:

- Participación activa: pues el ciudadano debe sentirse miembro en función con los demás, con sus iguales aportando mediante sus habilidades y cualidad los beneficios para el bien común. Destituyendo de sí aquellos pensamientos de competición en la ideología neoliberal, el de ser el primero a costa de cualquier cosa. Se exige y compromete al trabajo recíproco y autónomo.

- Inclusión: para que el ciudadano sea consciente que solo no se forma ni solo vive, sino en relación y en el reconocimiento del otro. Es consciente de igual manera, que debe forjar criterios comunitarios que ofrezcan mayor calidad de vida en su proyecto de realización personal, respetando los principios y las diferencias de todos, tanto en su manera de pensar, actuar, hablar; sin tener como condicionante la orientación sexual, ideológica, racial o religiosa, una mentalidad de horizontes abiertos e incluyentes. Por último, el ciudadano no puede ser feliz mientras otro está sufriendo.

- **Autónomo:** lo que procura la sociedad justa en gran medida es formar a sus ciudadanos desde la autonomía, educarlos para la libertad. Que ellos se sientan señor de sí y constructores de justicia. La autonomía en el ciudadano debe manifestarse desde la libertad de ser y de forjar sus modos de vida tal como quisiere la persona siempre y cuando no vaya en detrimento del bien común. Ser capaces de elegir por criterios propios lo que es grato para sí y de dejar lo que puede perjudicar siempre por criterios y responsabilidad propia, persona que actúe por sus principios y no por principios ajenos, ciudadanos que luchan no solamente por intereses personales sino por los comunitarios.

- **Responsable:** ciudadanos que hagan frente a sus acciones, comprometidos con el cambio, responsables del bien personal y común. Además, ciudadanos que sean conscientes de las circunstancias de su accionar. Renunciando al facilismo de traspasar la responsabilidad de sus actos a otros, pues en modo de pasividad, esperando que todo se lo garantice sin necesidad de trabajar. Responsable de su formación para la excelencia, responsable de no caer en la mediocridad, pues, la sociedad es justa siempre y cuando conste de ciudadanos libres, responsables y participativos activos.

- **Abiertos a nuevas realidades:** el ciudadano vive y se desarrolla en un contexto propio, es decir, en una cultura propia con sus costumbres, hitos, idiosincrasia etc. Sin embargo, un ciudadano miembro de este nuevo estilo de vida justo, responsable y felicitante, exhorta a estar abierto a la universalidad; a saber analizar y discernir las nuevas manifestaciones culturales que advienen con el progreso histórico social, no haciendo caso omiso ni lamentándose del tiempo anterior.

- Excelente: todos deben enriquecer a la sociedad con sus actitudes, cualidades o habilidades que se perfeccionan en el contacto con el otro; pero conviene tener presente que ser excelente no significa estar por encima del otro, sino que significa obrar de tal manera que la acción aporte un crecimiento a la sociedad en justicia, equidad y bienhechora.

Por otra parte lo que el ciudadano espera de la sociedad justa es:

- Protección de los mínimos de justicia: la sociedad debe garantizar a todos sus ciudadanos la protección de sus derechos humanos en todos los sentidos, desde el respeto de su vida hasta los derechos que permitan el desarrollo de la personalidad y del modo de vivir que el desee el ciudadano. De este modo, les enseña que el respeto a sus derechos los hace más humanos.

- Un espacio para compartir la vida y para la convivencia: la sociedad brinda a los ciudadanos el espacio del encuentro donde lo forma en la participación activa y en el encuentro interpersonal. De hecho, en esta relación hace del hombre persona, cambiando el ser individualista por el comunitario. Por otra parte, es el espacio de la inclusión, garante de identidad y fuente de cultura. La sociedad permite al ciudadano ser ciudadano, señor y dueño de sí con sus semejantes.

- Formar el “*bienser*” teniendo en cuenta que la sociedad es la primera que enseña estar abierto a la hospitalidad de los otros, especialmente de aquellas personas que están siendo sometidas al dolor, al sufrimiento, porque tiene presente que mientras otros seres humanos sufran, no se puede ser feliz.

- Respeto a la naturaleza: ya que la ecología aparte de ser vida, es también, un arte. Pues, enseña al hombre la perfección de la naturaleza, la cual crea, produce, desecha y reutiliza. De igual forma, hace del ciudadano ser sensible por los seres vivos que comparten la misma casa común.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- ARISTÓTELES, “*La Política*”, traducción de Pedro Simón Abril, Madrid: Ediciones Nuestra Raza, 1934.
- BAUMAN Zygmunt, “*Vida de Consumo*”, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2007.
- CARRERAS Ignasis. “Por un Comercio Justo – Consumo Responsable”. Ponencia presentada en el coloquio Consumo...Luego Existo, mayo de 2003.
- CASTRILLÓN LÓPEZ Luis Alberto. “*Humanismo y Ciudadanía: una construcción de la ciudad desde el reconocimiento de la persona*”, Medellín: Editorial UPB, 2012.
- CORTINA Adela. “Quién, Qué, Por qué Consumir”. Ponencia presentada en el coloquio Consumo...Luego Existo, mayo de 2003.
- CORTINA Adela. “La educación desde el ser. La ética en la construcción de una sociedad justa e incluyente”. Ponencia presentada en Centro de integridad, Universidad EAFIT, Medellín, 23 febrero, 2017.
- CORTINA Adela, “*Por una Ética del consumo: La ciudadanía del consumidor en un mundo global*”, Madrid: Taurus, 2002.
 - = “Ciudadanía Social”. *El País*, 8 de agosto de 1998.
 - = “Educar en una ciudadanía justa”. *El País*”, 20 de Junio de 2006.
 - = “Educar para una Ciudadanía Activa”. *El País*, 30 de diciembre de 2006.
 - = “Educar para una Ciudadanía Cosmopolita”. *El País*, 11 de febrero de 2004.
 - = “El Mercado de la Ética”. *El País*, 27 de Junio de 1994.

- = “Ética del Consumo”. *El País*, 21 de enero de 1999.
- = “Una ética de la responsabilidad solidaria”. *El País*, 26 de febrero de 1987,
- DOBB Maurice, “*Estudios sobre el desarrollo del capitalismo*”, México: Siglo XXI, 1981.
 - FRANCISCO, “*Laudato si*”, Bogotá: Paulinas, 2015.
 - KLEPPNER Otto, “*Publicidad*”, México: Prentice Hall Hispanoamericana, Doceava Edición, Traducido por: Georgina Greenham del Castillo, 1996.
 - GIRALDO José, Sdb, “*Notas de Historia del Arte*”, Medellín: Fundación la Buena Palabra, 2011.
 - GONZALO Eduard y Ferran REQUEJO, “*Democracia: Las razones de un sueño que genera monstruos*”, Navarra: Editorial Verbo Divino, 2009.
 - MAYER, J.P., “prefacio a *La sociedad de consumo: Sus mitos y sus estructuras*, por Jean Baudrillard, XIII-XIV. España: Editores siglo XXI, 2007.
 - PELLIZER Maite, “Ética y Publicidad: un binomio polémico” *Question*, Volumén, 1, nº 31, 2011:
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/34490/Documento_completo.pdf?sequence=1
 - REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, *Diccionario de la lengua Española*, Madrid: Espasa- Calpe, 2001.
 - ROUSSEAU Jean Jacques, “*Contrato Social*”, traducido por Fernando de los Ríos, Madrid: Espasa, 2007.
 - SÁNCHEZ GUZMÁN J. R., “*Teoría de la Publicidad*”, Madrid: Tecnos, 1993.

- TAYLOR. “*Las Fuentes del Yo, la construcción de la identidad moderna*”, Barcelona: Paidós, 2006.
- TORRES I PRAT Joan. “Consumo, Luego Existo: Poder, mercado y publicidad”. *Creative Commons*, 2005. Versión PDF
http://www.letra.org/spip/IMG/pdf/Consumo_Luego_Existo_Poder_mercado_y_publicidad.pdf
- UNIVERSIDAD DR. MATÍAS DELGADO. “Orígenes de la publicidad”. Consultada 30 junio 2017, Versión PDF,
<http://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADPE0000591/C1.pdf>
- VARGAS HERNÁNDEZ José, “Cultura y Globalización”. Consultado 22 marzo, 2017.
<http://www.cibersociedad.net/congreso/comms/g14vargas.htm>
- VELANDIA JAIMES Renson. “Origen y Efecto de la Sociedad de Consumo: Perspectiva emancipadora a partir de Zygmunt Bauman”. Tesis de Licenciatura, Universidad Pontificia Bolivariana, 2015.

PAGÍNAS WEB CONSULTA GENERAL

http://www.quadernsdigitals.net/datos_web/biblioteca/1_571/enLinea/2.pdf

<http://www.oxfamintermon.org/es>