

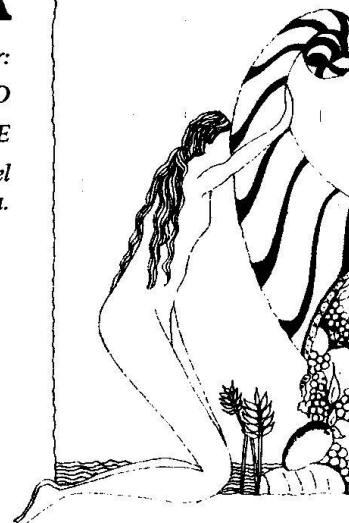
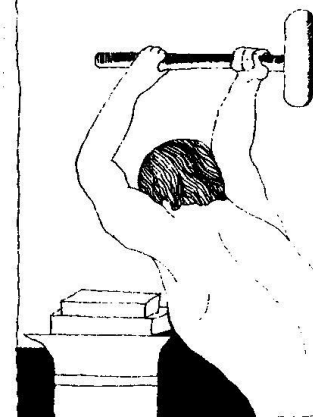
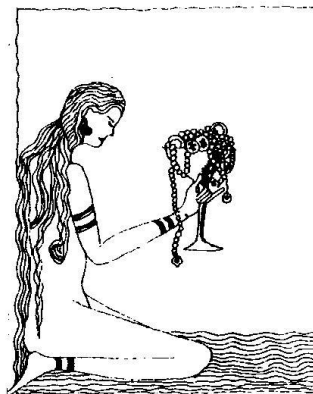
# LOS VALORES EN EL CONTEXTO DE LA ECONOMÍA

*Por:*

*ERNESTO*

*ESTRADA ARAQUE*

*Licenciado en Filosofía y Letras. Profesor del  
Departamento de Formación Humanista.*



Para incursionar en el tema de los valores económicos, considero que en primer lugar se hace necesario dejar a un lado y tomar distancia con respecto a los prejuicios culturales e ideológicos que se tienen, no sólo acerca de lo que son los valores, sino en torno al reconocimiento del carácter economicista de las interacciones sociales a nivel personal, local y global. También es preciso partir del previo siguiente, que a través del presente ejercicio de escritura y de pensamiento, no se pretende encasillar al lector en una determinada consideración moralizante, sino, por el contrario, se espera que éste se constituya en la ocasión propicia para suscitar reflexiones en torno a los vínculos que cada quien sostiene con lo económico, máxime cuando la impronta cultural contemporánea, se comporta como si fuera éste el aspecto, estructurante absoluto y definitivo del hombre de nuestro tiempo, de su razón de ser, para evaluar los nexos que establece con el mundo y con los otros, de manera tal, que, tanto actitudes como comportamientos se reconocen hoy, siempre y cuando se planteen en clave económica, porque la reducción normal de la época, traduce y expresa los modos de vida como dominados por la cultura del consumo y por la te-

nencia y ostentación de objetos.

No es necesario esforzarse mucho para constatar que no sólo estamos rodeados de aparatos y de cosas, sino que el hombre parece estar conectado a ellos, a la manera orgánica de cómo uno de sus miembros se integra a su cuerpo. La civilización actual se entiende como una sociedad recortada y signada por los artefactos, siendo estos imprescindibles para el ejercicio de la vida cotidiana ya que no se subsiste sin energía eléctrica, sin automotores, sin electrodomésticos, sin cajeros electrónicos, sin sistemas informáticos y de video, etc. El hombre común sufre una «tragedia» cuando le faltan estos elementos, se paraliza y hasta se desestabiliza emotivamente si por cualquier circunstancia pierde el contacto con ellos. Lo anterior sirve para constatar la hipervaloración de aquello cósico construido por el hombre, que se convierte en una especie de «adorable tirano». Las cosas, los objetos se convierten en parte vital del hombre corriente. Hacen parte inherente de su mundo. Y es precisamente este vacío creado por la costumbre moderna de concederle confianza a estos, el que explica «el natural» modo de vida del hombre, que no siendo tan «natural» lo desnaturaliza, por cuanto

las realidades con las que se relaciona son artificios producidos por la objetivación tecno-científica, los cuales le definen como un ser que para ser tal, debe mediatizar ciencia, tecnología y economía para involucrarse en la sociedad y de esta manera poder ser reconocido.

Paralelo al reconocimiento del hombre actual, entendido como un ser técnico y económico, es posible intentar plantear el origen moderno de la estructura económica en él y en la cultura, así como el desborde de sus límites humanistas y axiológicos. El origen, modernamente hablando, puede encontrarse en la emancipación que logra el hombre con respecto a la visión mágico-religiosa del mundo prevaleciente hasta el siglo XVII y con la irrupción del modelo capitalista de producción en el siglo XIX. Esta es la condición cultural -racionalista y capitalista- que atravesará y permeará la nueva base social y por ende, facilitará la intronización de la cultura del cálculo y del precio como los parámetros del nuevo horizonte social y valorativo.

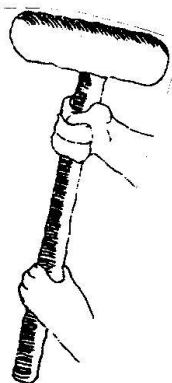
La razón y la economía no sólo fueron asuntos académicos sino que por el contrario, estos secretaron manifestaciones valorativas originales que conmovieron y transformaron



las relaciones tradicionales que tenía el hombre con el mundo, con la historia y consigo mismo hasta el siglo XVII, a partir del cual estos tres elementos se objetivaron y al objetivarse, se diluyó con ello el sentido de lo sagrado que les definía y se erigió el sentido de lo racional, de lo pragmático y de lo económico como el fin de todo proceso.

De esta manera las raíces valorativas del hombre de hoy en quien se exhibe una carrera hacia la consecución de objetos, tienen sus filamentos muy hundidos en el pasado moderno, ya que el modelo capitalista no sólo contribuyó a separar lo rural de lo urbano, sino que troqueló al hombre moderno con el signo del progreso y éste se comenzó a entender como bienestar económico y como prosperidad, de tal manera que al ciudadano normal, de forma espontánea se le preparaba para el confort, a partir de la necesidad creada de poseer cosas, ya que éstas se traducían culturalmente y en el tiempo en la desmesura psíquica y social de éste para tener, ya que los objetos se convertían en sinónimos de estatus, de prestancia, de reconocimiento social, de modelo para otras personas y sociedades.

Esta cultura tan aparentemente inofensiva en sus comienzos modernos



por cuanto, fundada en los criterios de igualdad, de libertad y de fraternidad entre los hombres, desvanecía de suyo los privilegios, las diferencias y las distinciones históricas entre los mismos, produce también desde sus inicios distinción, ya que a la luz de la pretendida igualdad entre los hombres, la economía en manos de quienes poseen su control, se revela funcionando a favor de estos últimos y paradójicamente, cuando los académicos, los políticos y los capitalistas sostenían la consigna de la igualdad de oportunidades para todos, alternativamente esculpían con cinismo en la realidad humana el SINO moderno de ésta: El Homo es Homo economicus y mediante ello definían y destinaban al hombre para el estado, para la economía, para el trabajo, para la máquina, para el consumo, para el reloj, para la producción, para el dinero, para la competencia y, conjuntamente, se inician nuevos usos, maneras y costumbres consecuentes: El valor del ciudadano, del trabajo, del dinero, de la mercancía, de la fuerza de trabajo y de los términos de la riqueza, como función de eficiencia, de cálculo, planeación, especialización, rentabilidad y competitividad. Con ello se configura incluso la constitución de la llamada Ética Protestante de donde se justifica la racionalidad ca-

pitalista y la preponderancia del trabajo, así como la exaltación del tiempo como eje de la riqueza.

## LOS PRETEN- DIENTES AS- PIRAN A PENÉLOPE

Este somero rastreo se hace para repensar la forma como se estructura la sensibilidad, cuando la subsume para sí un modelo económico y mediante ella poder observar su historia moderna, como historia que la orientó sólo para su finalidad pragmática, económica y productiva, mediante encantamientos que les provoca a los individuos, a quienes les augura un futuro prometedor, cómodo, rentable y útil, acompañados de una educación instrumental y de un saber para el aprovechamiento.

Bien es conocido que el modelo neoliberal y su expresión en el nuevo orden mundial aperturista, se ha encargado de plegarse a todas las culturas para insertarlas a su voluntad económica por el predominio de la mercancía, pues con ello configura al «homo economicus», quien actuará en todas sus circuns-

tancias: privadas, sociales y culturales como troqueado por la estructura económica a la cual se le subordinará el desear, el pensar y el obrar humanos; es decir, el ser humano poco a poco pierde su capacidad de querer y de desear por sí mismo, y por ello la racionalidad económica se toma el espacio cultural e individual, despide como exótica la actitud reflexiva y valorativa e impone el precio como la medida de todas las cosas, que se le antepondrán como portadoras de bienestar, de éxito, de progreso. El neoliberalismo contribuye a configurar la condición de que lo que prevalece y manda hoy es lo que se puede comprar y vender, puesto que en tal acción se satisfarán las necesidades; de esta manera el modelo económico aludido absolutiza y agudiza en el hombre su estructura empírica, escindida o separada de la estructura trascendente y con ello aprovecha para asegurar y difundir a través de los medios masivos de comunicación la cultura consumista, que se yergue legitimada para atravesar todo el tejido social, y mediante tal penetración, se orienta para apropiarse de la realidad humana y para imponerle su semiótica en el orden del lenguaje, de los gestos y de los comportamientos.

El asentamiento de este sello en la sociedad, deter-

mina su reproducción en los demás individuos quienes se verán estimulados para acceder a lo económico por lo económico, es decir, sin mediar procesos valorativos y reflexivos. De tal forma que a nivel comportamental se llega a considerar y a estimar lo económico como fin, a través de múltiples formas: en el hogar, en la universidad, en los medios de comunicación masivos, en la empresa, etc., a través de variados mensajes directos e indirectos como: estudie tal profesión que le reporta dinero. ¿Qué es mejor que la plata? Más plata. Ser el número uno es lo que vale. La competitividad es el fin de la empresa, etc., que contribuyen a aplanar la existencia humana y a condicionarla ciegamente para que gire en torno a lo económico, ya que es desde esta estructura, desde donde se asegura la actitud que garantiza en la vida ordinaria su reproducción en los individuos, por cuanto hace lugar en ellos y los destina para establecer relaciones económicas con el medio.

Se aclarará la dimensión humana del carácter económico de nuestra existencia cuando, en uso de nuestra libertad, identifiquemos en el curso del delirio comercial de la época, la ingravidez y la desorientación en que se debate el ser humano a merced de la estructura económica y,

valga la redundancia, pueda liberar pensamientos y valores autónomos, emanados de su propio ser, que le permitan destacarse y por ende cortar el circuito cerrado del sistema consumista, y mediante tal acción, la realidad humana pueda identificar la clave del mismo, como la responsable de las conductas sociales y culturales actuales que realizan las personas.

Tal análisis del sistema se constituye como la condición propicia para el despertar del hombre, de su disposición para la elaboración conceptual del modo de su inserción, como ser espiritual y social, en la estructura económica, y, mediante esta actitud, libere los nuevos valores que le darán sentido para su vida integral en lo físico, en lo psíquico y en lo histórico. Esta conciencia de libertad frente al sistema económico, le plantea al hombre el conflicto de que es él como ser social, quien no sólo padece sino quien produce esta estructura económica para facilitar el modo de vida humana. Pero el desarrollo moderno le concedió autonomía a la economía y a su racionalidad capitalista con la premisa del «dejar hacer, dejar pasar» con la cual funda y legitima desde Adam Smith a las meras leyes del mercado para que sean éstas las que regulen las formas de acceder al sistema y al meca-



nismo económico. Es decir, acá se configura la subordinación del hombre en su integralidad a esta estructura en cualquiera de sus niveles: producción, circulación, cambio y consumo, de tal forma, que en las sociedades llamadas desarrolladas logra subsumir al hombre para sí, como proyección «consciente» encargada de, no sólo exhibir los efectos por la integración al sistema, como consumidor corriente, sino como la persona estudiosa que vive sólo en función de mediatizar y reproducir para asegurar socialmente en clave de cultura académica, la estructura sólida y científica del circuito del modelo económico capitalista, así como de expresar el carácter de la razón de ser del sistema, manifestado en el poder que emana de éste por cuanto desde él se posibilita el extender tentacularmente su dominio, no sólo en los espacios institucionales sino en los familiares y personales, ya que con ello garantiza la dinámica y las exigencias internas del sistema económico que se repliega para «agarrar», es decir, para hacerle saber a éstas que el patrón de la vida lo determina el modelo económico y que de la inserción en él, depende el éxito, el progreso, el estatus y el confort humanos.



## PENÉLOPE TEJE SU TRAMA

¿Pero se justifica, humanamente hablando, la subordinación del hombre al predominio de las cosas que le producen sensaciones hedonistas? ¿Se justifica que la capacidad pensante y valorativa, constitutiva del ser humano se inhabilite y caiga en el caso para que sea sustituido por la cultura generada por el poderoso orden económico neoliberal que se recorta en seres sin espíritu, caracterizados porque sus vidas están signadas por la instrumentalidad, el productivismo y el consumismo, bases de individuos sin identidad personal, es decir, hombres-masa?

Si el dato histórico de hoy se caracteriza porque el hombre como ser social se mueve en un contexto donde prevalece el criterio del precio, el reto para el mismo consiste en reconocer el peligro espiritual que se sobreviene con tal reduccionismo economicista. Pero, ¿de qué manera hacerlo para que asombre y sobrecoja a la realidad humana, de suerte que repiense su relación con las cosas, donde ponga en claro que al delirio y a la cultura del tener le salga al paso la estética del

ser y de la existencia sin sustraerlo del contexto, de manera tal que pueda discernir en torno a la tensión que se origina por su actitud crítica ante las cosas y por el despertar de su voluntad de querer y de valorar, es decir, de experimentar libre, autoconsciente y responsable en medio de la diversidad de ofertas que le brinda el comercio, para así elegir el consumo que le dignifique y humanice, porque contribuye a su crecimiento personal y social?

Si asociamos sensibilidad con valores y estos precisamente como manifestaciones de la voluntad libre del hombre que desea y quiere ser-más, se nos esclarece la reducción que se hace de ésta, cuando se absolutiza y canaliza para el servicio y apoyo de lo económico y a la vez también se distingue y separa el valor del precio, como lo entiende modernamente la economía y la cultura que, según lo escribe Abel Naranjo Villejas: «Conoce el precio de todo y el valor de nada»

La sensibilidad como elemento constitutivo e inherente del ser humano, le abre a las sensaciones más diversas y heteróclitas. Si bien es cierto con ellas se despiertan los deseos, las ambiciones y las metas que buscan la armonía y el placer para el hombre, contemporánea-

mente se plantea el cuestionamiento que interroga en qué forma la sensibilidad que éste despliega ante las cosas, es una disposición neutral y libre, o por el contrario en ella se esencializa, de manera directa o sutil, el poder en su máscara de consumo para afirmarse y consolidarse cuando logre los éxtasis continuos que causa en el hombre, al conectarlo en su circuito integrado, donde no se posibilitará el cuestionamiento del mismo.

El ciudadano Kane, de manera plástica, actúa esta forma de sensibilidad cuando el arroyo de las fuerzas de consumo le ocupan todo el espacio vital y excluyen otras formas de placer, de sentimiento, de afecto y de vida.

De esta forma, la sensibilidad humana es una facultad que fácilmente puede ser convencida por las impresiones provenientes del medio, cuando no media entre ella y la persona el momento reflexivo, que permita la asimilación libre y responsable de lo que se nos ofrece y por el contrario, acepta la oferta y delira por la obtención de cosas, y con ello comienza el consumismo, o la dictadura de los objetos que ejercen poder, para transformar y definir la vida humana como aquel satélite que gravita en torno a ellos como a su razón de ser. Es este contexto el que

estructura la condición actual de la relación del hombre con el mundo y que a su vez explica el tipo de sensaciones, apreciaciones y valoraciones que establece.

Sensibilidad y sentimiento se puede decir que definen la época nuestra. Gozar, ansiar emociones, experiencias, aventuras, riesgos y egoísmo que liberan al cuerpo de las costumbres aceptadas. Encuentro y placer por lo nuevo, lo inédito, gusto de comprar, gusto de vender, gusto del sexo, gusto del bailar y del danzar, gusto por tener el cuerpo más saludable, fornido, estilizado, sensual, gusto por la obtención del mejor look, gusto que aparentemente es propio pero que es construido por el capital a través de la publicidad, gusto confiscado a la realidad humana para traducirlo en emociones que expresan y venden más emociones: Círculo permanente que se cierra herméticamente sobre sí mismo con incrementos permanentes de mayores atractivos que seducen a la vez para encantar los sentidos hacia la consecución de los fines hedonistas, que no posibilitan la mediación de la reflexión serena que alerte, no sólo acerca de la pérdida de la autonomía y de la libertad, sino donde se afianza la economía por cuanto invade todos los espacios culturales, los

vierte en espacios mercantiles y sensitivos pero, también confisca para sí lo biológico mismo del hombre con pretexto de confort y de satisfacción, cuando orienta la sensibilidad para que satisfaga sus gustos y apetencias a través del acto de comprar. El (este) acto de comprar no se discute ya que todos lo necesitamos, lo discutible es qué tan libre se es de comprar, y qué tan condicionada está la sensibilidad para gustar y comprar lo que la publicidad y el mercado quieren que se consuma y lo que el mismo medio social-como masaha aceptado, y por lo mismo se constituye y garantiza su permanencia para sujetar individual y socialmente a la economía del mercado.

La estrategia axiológica y/o estética que se plantea, se orienta hacia el desmonte de la sensibilidad estructurada sólo en clave del mercado, y con ello recuperar la sensibilidad para la realidad humana, que la integrará para sí.

Con ello se reclamará la sensibilidad para gustar, para querer, para desear, para la emoción, para la sensibilización por el mundo, por la historia y por el hombre, para captar desde la «entraña» humana la voluntad de sentir, para crecer en medio de una época de claro dominio mercantil y técnico-científico.

El asunto espinoso es el siguiente, ¿cómo suscitar en el hombre, y en este contexto neoliberal y consumista, un vacío y una necesidad de pensar de cara a la realidad humana, sin caer en posiciones maniqueas que se contentan sólo con juzgar olímpicamente a la cultura de consumo como la responsable de la alienación del hombre de hoy? ¿Cómo no caer en sólo dar consejos y recomendaciones prescriptivas para enfrentar el avance del consumismo sobre cada uno de nosotros? No hay fórmulas ni recetas.

¿Instalados en qué perspectiva es posible desentrañar la base que fundamenta un estilo de vida humana para que sea contemporáneo, es decir, para que coexista con el avatar del nuevo orden mundial de corte geoeconómico y tecnocientífico y con el avance de la pauperización física y espiritual de la realidad humana?

Parfraseando al poeta Hölderlin quien escribe «cómo ser poeta en tiempos de penuria», planteo: ¿cómo ser humano en esta época de técnica y de consumo?

¿Pero cómo hacerle el «quite» a la estructura económica dominante sin retirarse del sistema? La instauración del valor de lo económico no depende de una fórmula o de un modelo establecido, es más bien el resultado del ejercicio de producción de sentido puntual, fractal o local que se plantea en una situación específica y en el contexto de la realidad humana, cuando despliega su condición de «estando-en-el-mundo» como «ser de lejanías y de cercanías», según lo entiende Heidegger.

La humanización de las relaciones económicas depende de la estrategia establecida y producida en la situación dada, es decir, ante los encantos que propone el consumo para se-

ducir al consumidor y con ello cerrar el círculo serio del capitalismo, se yergue suspicazmente la realidad humana y de manera lúdica y risueña lo neutraliza, iconsumiendo!, paradoja que plantea el despertar de la voluntad de valor que invita al crecimiento humano desde la médula de las tensiones económicas.

Hoy, más que en cualquier época, la diversidad de cosas, con todas sus atracciones, están a la vista y se imponen como indispensables para la realización del ser humano en su integralidad: biológica, cultural, social, personal, etc., es en este ambiente donde el ser humano está abocado a humanizarse, es decir, a servirse, mediante la economía, de los objetos de consumo que le aseguren su humanidad y con ello se fundamente como ser personal, social e histórico.

