



Tres vértices de la sociedad de economía

La economía capitalista neoliberal centra la sociedad en torno al intercambio de bienes y servicios, actividad central para la obtención de bienes materiales y servicios tanto básicos como coadyuvantes al “buen vivir” –un concepto indeterminado, indefinible, proveniente del imaginario etno-americano que entiende la buena vida del individuo vivamente relacionado con la naturaleza, en responsable y armónica conexión con sus antepasados y con su cosmovisión trascendente–. El ciudadano occidental contemporáneo, empero, vive en una cosmovisión regida por el código económico que ha hecho del dinero el único instrumento circulante entre producción –oferta– y consumo –demanda–. La sociología tradicional, sobre todo en su forma sistémica, aborda el valor de la oferta como un precio, la decisión de compra siendo comandada por la solvencia. En este proceso, se detecta que la racionalización extrema de la economía ha debido aceptar la intromisión de otras dimensiones que no puede ignorar, como son las preocupaciones ecológicas y el reconocimiento que “La visión hegemónica del dinamismo económico como algo axiológicamente neutral ha ido dejando paso a una consideración de los componentes morales ínsitos en la actividad económica y empresarial... De ahí que actualmente la economía po-

lítica deba completarse mediante una economía ética”¹. Una visión ya presentada por Adam Smith, cuyas ideas sobre “comercio” y mercado invariablemente llamaban a respetar la libertad, la justicia y la equidad.

La sociedad de economía y en especial el consumismo, son fenómenos sociales que se manifiestan a través de una tendencia al individualismo que fomenta, enseñan los neoliberalismos, la autonomía personal y la libertad de configurar la propia existencia, a costa de la pérdida de comunidad y el desarraigo de valores compartidos. La sociología entendió que el orden social se basa en el intercambio, que el trueque antiguo se ha convertido en una actividad de mercado donde *homo economicus*, más reducido aún a *homo consumens* intercambia dinero por bienes. Signo de los tiempos es que las personas viven en la sociedad económica sin orientación sobre cómo vivir con esta supuesta libertad de decisión y acción. Gran parte de la humanidad carece del dinero para acceder al mercado, quedando sumidas en marginación y precariedad.

¿Cuán real y efectivo es que el dinero monopoliza el acceso a bienes y servicios que satisfagan sus necesidades y predilecciones? Pregunta aquí formulada a tres textos ordenados en un triángulo, que pretenden orientar en la pregunta sobre bondades y desventajas del intercambio mercantil en el que *nolens volens* todos debemos participar.”

¹Conill, J. «Sociedad de mercado» ((SOCIEDAD DE MERCADO)): ECONOMIA Y ETICA. * JESUS CONZLL - KIPDF.COM

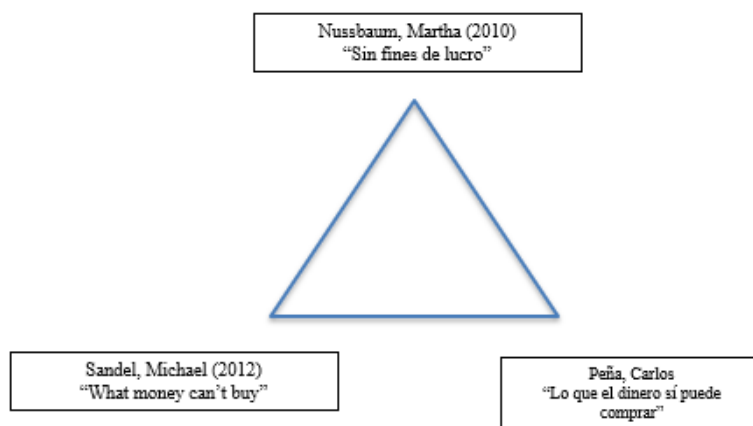


Figura 1: Tres vértices

La desorientación que producen tres textos que, ajenos entre sí, comparten sin embargo una audiencia reducida que excluye a una mayoría exiliada del intercambio mercantil de bienes básicos y servicios sociales esenciales privatizados. Especialmente relevante para la medicina, cuyas fulgurantes innovaciones esconden cómo, quiera lo o no, está siendo lapidada por críticas y reformas moldeadas por recursos reducidos e insuficientes, en cuyo trasfondo yace, como el monstruo de Loch Ness, los escritos de Alain Enthoven, (1930–) especialista en discutir políticas de medicina administrada ofreciendo *value for money* para fidelizar a sus pacientes-clientes. ¿Puede el dinero comprar una medicina satisfactoria?

El mercado corruptor ²

Desde las ciencias sociales y las humanidades y ante la preponderancia del mercado por dominar todo intercambio dinerario de bienes y servicios, vienen las críticas y desazones por el materialismo consumista que invade a los seres humanos: “Hoy día, la lógica de comprar y vender ya no se aplica solo a bienes materiales sino crecientemente al gobierno de total de la vida. Es hora de preguntarnos si queremos vivir así”. Sandel va a mostrar por qué no queremos vivir así, aunque lo hace fuera de hora porque la hegemonía ilimitada del mercado ya se ha enquistado en nuestras vidas.

El mercado es visto por los economistas no únicamente como un despliegue de bienes materiales adquiribles con dinero; más bien, lamenta Sandel, consideran que la economía es también una “ciencia del comportamiento humano... En todos los dominios de la vida, el comportamiento humano se explica asumiendo que las personas toman decisiones ponderando los costos y beneficios de las opciones que enfrentan”. (p. 23). El texto narra innumerables ejemplos de comodidades y servicios de agrado que han ingresado al mercado, desde pagar por hacer la fila para obtener entradas a un evento, comprar discursos personales para diversas ocasiones sociales, negociar con sangre humana, y muchos más. Relata el caso de un “recolector de cadáveres” que recibía un honorario por cada cadáver que recogía, como otro “episodio en la comercialización de vida y muerte en las postrimerías del siglo veinte” (p.75).

“Altruismo, generosidad, solidaridad y espíritu cívico no son mercancías [‘textitcommodities’] que se erosionen con el uso. Más bien son músculos que se desarrollan y robustecen con el ejercicio. Uno de los defectos de una sociedad de mercado es que deja languidecer estas virtudes” (p.68).

Hay dos razones para avivar la preocupación por el rumbo que toma la sociedad donde todo se transa en el mercado: la inequidad que margina a los insolventes impidiéndoles cubrir necesidades básicas, y la corrupción

de transformar virtudes “y las buenas cosas de la vida” corrompidas por “la tendencia corrosiva del mercado” (p. 5).

En suma, el “triunfalismo del mercado” coincide con el vaciamiento moral y espiritual del discurso público. Nuestra única esperanza es deliberar abierta y públicamente sobre el significado de los bienes y las prácticas sociales que apreciamos” (p. 103). La corrupción de valores y virtudes morales por el mercado solo puede ser enfrentado por una democracia deliberativa y participativa. Una visión humanista de lo que no se puede comprar con dinero.

El mercado liberador ³

Más que reconocer que el mercado tiene límites morales a priori, es esencial concederle que “es la expresión de importantes ideales y tiene además ciertos supuestos, igualmente morales sobre los que reposa. El más importante de estos ideales es el ideal de autonomía” (p. 223). “Y es que el mercado dignifica muchísimas cosas que las que, según Sandel, corrompe” (p. 154). “La conclusión de esto es que el dinero y el mercado tienen, en algún sentido, un profundo poder liberador” (p. 222).

El mercado todopoderoso ofrece la transacción monetaria para cumplir los deseos de cada subjetividad individual en forma autónoma e irrestricta, lo que permite la movilidad social para elegir un estilo de vida consumista que históricamente estuvo reservada para las élites: “el mercado y la economía dineraria... permiten constituir la subjetividad moderna, expresar los ideales liberales, competir por los signos de estatus y dar lugar a nuevas formas de sociabilidad y reconocimiento” (p. 153); solo requiere de un regulador que impida las extravagancias que desequilibran las opciones en favor de los más poderosos. La diferenciación de los individuos según las necesidades y preferencias compradas en el mercado lleva a la desigualdad y a la pérdida de un referente social común que provoca en las personas sensaciones de anomia, desarraigo, alienación y soledad. La desigualdad agencial –el mejor o peor desempeño en el mercado – ha de ser diferenciada de la desigualdad “espontánea de la lotería y la cuna” que deben ser corregidas mediante el ejercicio democrático a fin de que los individuos puedan saber que “comparten un mundo con otros y que pueden adoptar decisiones comunes en diálogo con ellos”. Las personas enriquecidas con una amplia libertad para satisfacer sus deseos en el mercado requieren que la diversidad encuentre un espacio común donde colaborar para crear un orden social, un “gobierno” democrático que permita la igualdad de posibilidades para ingresar al mercado. “Así, mientras el mercado permite todas las preferencias y las agrega o las suma, la política democrática obliga a

² Sandel, M. (2012). What money can't buy. ALLEN LANE an imprint of PENGUIN BOOK: versión digital.

³ Peña, C. (2022) Lo que el dinero sí puede comprar. Santiago: Editorial Taurus.

esgrimir razones que se consideran ex ante admisibles por un conjunto de reglas equitativas e imparciales.” (p. 263). Desde la atalaya neoliberal, no se reconoce que la sociedad de economía se resiste a ser domeñada por aspiraciones políticas ni valores morales externos al mercado.

El mercado humanizado.

La sociedad de mercado, habitada por *homo economicus* y *consumens* necesita ciudadanos educados “en término orientados hacia el crecimiento... a la obtención de renta en el mercado global [produciendo semejante grado de codicia obtusa y de docilidad capacitada que pone en riesgo la vida misma de la democracia, además de impedir la creación de una cultura mundial digna” (pp. 169, 188); aceleran el despliegue de las “sociedades modernas [a alimentar] las fuerzas que impulsan la violencia y la deshumanización, en lugar de alimentar las fuerzas que impulsan la cultura de la igualdad y el respeto” (p. 189). Al señalar que el dinero es necesario, pero ha de ser complementado por educación en las artes y las humanidades, es inevitable reclamar que la educación a nivel parvulario, escolar y universitario desatiende en forma creciente a la formación humanista, cediendo a las “exigencias del mercado global, que ha trasladado el foco de atención a las aptitudes científicas y técnicas, hoy concebidas como la clave de la educación” (p. 177). Considerado antropocéntrico, el humanismo ha sido descentrado de su catedrática celebración del ser humano como excepcional, debiendo compartir trono con los actantes de Latour, los cuasi-objetos de Serres y Latour, los cyborgs de Haraway, el posthumano de la inteligencia artificial, el animal enfermo de Nietzsche y tantos otros que no reconocen un esencial ser humano presuntamente colmado de potencialidad y virtud, sino la realidad de los seres humanos vivos, “tan humanos”, incorporados en Gaia.

El mercado antropocénico

Pocas dudas caben que vivimos en una época antropocénica de inicio discutido, pero de expansión monopólica y acelerada desde la postguerra a mediados del siglo pasado. Llamativo es que los mayores esfuerzos intelectivos por dilucidar los elementos compositivos del término “antropoceno” enfocan con acribia el segundo —ceno—, antes que el primero —antropos—, como si lo importante sea el cuándo y cómo, no tanto el quién. Responsable de ello es I. Kant, al diseñar la antropología como la encargada de responder a la más fundamen-

tal de sus cuatro preguntas sobre el hombre: “¿Qué es el hombre?”, que circuló incontestada por las mentes pensantes, hasta que Martin Buber explicara que la pregunta correcta ha de ser “¿Quién es el hombre?” y responderá; “es el ser en cuya dialógica, en cuyo “estar-estar-dos-en-recíproca presencia” se realiza y se reconoce cada vez el encuentro del “uno” con el “otro”⁴

La sociedad de economía ha tomado posturas antropológicas que emplean el concepto de *homo economicus* como un ser dotado de razón instrumental para decidir y actuar en la satisfacción de sus intereses propios. Este reduccionismo, que permite hablar de *homo sapiens*, *habilis*, *ludens*, *consumens* y tantas otras fórmulas, devela la contingencia cultural de estas definiciones y confirma que la pregunta por la naturaleza humana carece de sentido, pues el ser humano se desarrolla en el seno de su realidad natural y cultural, toda inmersa en el conatus de persistir. Es necesario un trasfondo común a todo miembro de la especie, para evitar que las diferencias de desarrollo terminen por expulsar a algunos de la especie humana, tema inevitable ante los esfuerzos “antropolásticos” lamentados por J.A. Mainetti, exaltados por los transhumanistas Kurzweil y su club. Ese trasfondo común son disposiciones o atributos inherentes a todo ser humano: relacionalidad, trascendencia mundana, y trascendencia de sí Kottow, M. (2024). *La medicina como bien común*. Santiago: Editorial Universitaria..

Sin una imaginación antropológica, el Antropoceno será testigo de la miseria global compuesta, según Latour, de desregulación, explosión de las desigualdades, y “mutación climática”, procesos que la época antropocénica ha estimulado y acelerado. Ahora el Antropoceno culpable ha de volcarse a un proyecto de “desglobalización”. “Para quienes sospechan que la Tierra está fuertemente descoyuntada y que la civilización occidental predominante requiere cambios radicales en nociones como desarrollo, consumo, crecimiento económico. Antropoceno es una forma sumaria de apuntar al problema”, para lo cual es preciso enfocar la mirada, aguzar la sensibilidad, afinar la imaginación, comprender las Zonas Críticas⁵. La figura orientadora no es el triángulo, es el polígono irregular. Hecho el diagnóstico, urge la terapia: ¿será el Antropoceno capaz de enmendar rumbos? Bruno Latour insinuó un camino, cuando en una conferencia en la Asociación Americana de Antropología (2014) dijo “Al tiempo del antropoceno, la antropología no es una disciplina especializada; es el nombre de lo que es reocupar el tiempo y el espacio que nos fue quitado por la frontera modernizante”.

Miguel Kottow

⁴Buber, M. (1954). ¿Qué es el hombre? México, D.F.: Fondo de cultura económica, p. 155.

⁵Carvajal, Y. (2023). Humos/Humus. Santiago: Saposcat.