

LA RELIGIÓN DEL MERCADO

Autor/Author: David R. Loy*

Artículo presentado en la Conferencia "Justicia ambiental: ética global para el siglo XXI" realizada en la Universidad de Melbourne, octubre 1-3 de 1997.

Resumen

En este artículo se sugiere que más que un sistema económico, el mercado es una religión y que la economía es su teología, aunque pretenda ser una ciencia. Su autor analiza, a la luz de los trabajos de Weber, Polanyi y Tawney, los problemas causados por la visión individualista y atomista heredada por la economía de las tradiciones que equiparaban el éxito económico con el favor divino --el deísmo y el utilitarismo-- y sugiere que la injusticia y la desigualdad extremas o la crisis ambiental y sus posibles soluciones tienen, también, una dimensión religiosa. Propone fundir la sensibilidad por la justicia propia de las religiones semíticas con el énfasis en la superación de la ilusión que enseñan las tradiciones asiáticas de iluminación. No se trata de un retorno a los valores religiosos sino de reconocer que las obsesiones seculares creadas por la religión del mercado son síntomas de una necesidad espiritual que éste no puede satisfacer.

Abstract

This article suggests that more than an economic system, the market is a religion, and that economics is its theology, even though it claims to be a science. The author analyzes, in light of the work of Weber, Polanyi, and Tawney, the problems caused by the individualistic and atomistic vision, inherited by economics from the deist and utilitarian traditions --which equated economic success with divine favor-- and suggests that those problems -- extreme injustice and inequality or the environmental crisis, for example-- and their possible solutions also have a religious dimension. He proposes a fusion of the sensitivity of the Semitic religions to justice with the emphasis in the Asiatic traditions on Enlightenment in the transcendence of delusion. This would not mean a return to religious values, but rather a recognition that the secular obsessions created by the religion of the market are symptoms of a spiritual need that it cannot satisfy.

Es muy difícil definir qué es la religión. Sin embargo, si adoptamos una visión funcionalista y la entendemos como aquello que nos sirve de fundamento y nos enseña qué *es* el mundo y cuál es nuestro *papel* en el mundo, es obvio que las religiones tradicionales cumplen cada vez menos esa función, la cual ha sido remplazada --o avasallada-- por otros sistemas de creencias y de valores. La ciencia es la explicación del mundo más influyente en la actualidad y el consumismo, el sistema de valores más atractivo. Su vástago académico es la economía, la 'ciencia social' quizá más influyente. En este artículo se argumenta que nuestro sistema económico actual debe ser considerado como una religión porque desempeña una función religiosa. Más que una ciencia, la economía es la teología de esa religión y, su Dios, el Mercado, es un círculo vicioso de producción y consumo siempre crecientes que pretende ofrecer una salvación secular. El colapso del comunismo --una 'herejía' capitalista-- evidencia que el Mercado se ha convertido en la primera religión verdaderamente mundial que difunde por todo el planeta una visión del mundo y un conjunto de valores cuya función religiosa nos pasa inadvertida sólo porque insistimos en pensar que son 'seculares'.

No es coincidencia que esta época de catástrofe ecológica sea también una época de retos extraordinarios para las religiones más tradicionales. Aunque ofenda nuestra vanidad, es ridículo pensar que las instituciones religiosas convencionales de hoy en día pueden jugar un papel significativo en la solución de la crisis ambiental. Su problema más inmediato es si pueden sobrevivir --igual que los bosques de lluvia que protegemos ansiosamente-- en una forma reconocible a la embestida de la nueva religión. Las principales religiones aún no están moribundas, pero cuando no comparten el lecho con los poderes económicos y políticos existentes, se preocupan demasiado por problemas y concepciones obsoletas (por ejemplo, la defensa de la natalidad) que las hacen cada vez más irrelevantes (como el fundamentalismo) o triviales (como el evangelismo televisivo). El resultado es que hasta ahora no ofrecen lo que más se precisa, una oposición deliberada al proselitismo agresivo del capitalismo de mercado, la religión más exitosa de todos los tiempos, que ha ganado más adeptos y con mayor rapidez que cualquier otro sistema de creencias o de valores en la historia de la humanidad.

La situación de las religiones es hoy tan crítica que la crisis ambiental puede ser favorable para la religión. La catástrofe ecológica demuestra que necesitamos una fuente de valores y de significado más profunda de la que ofrece el capitalismo y, también, que esta religión contemporánea tampoco satisface esa necesidad.

LA ECONOMÍA COMO TEOLOGÍA

Es intolerable que los problemas esenciales de la subsistencia humana se decidan teniendo en cuenta únicamente las ganancias de las compañías transnacionales [Daly y Cobb 1994, 178].¹

En 1960, los países del Norte eran casi veinte veces más ricos que los países del Sur. En 1990 -- después de ingentes cantidades de ayuda, comercio, préstamos y esfuerzos de industrialización-- los países del Norte eran *cinquenta* veces más ricos. El ingreso del 20 por ciento más rico de la población mundial es casi 150 veces mayor que el del 20 por ciento más pobre, y la brecha sigue creciendo [Korten 1995, 107-108]. De acuerdo con el *Informe del Desarrollo, 1996* de las Naciones Unidas, los 358 multimillonarios que existen en el mundo poseen una riqueza mayor que el ingreso anual de un grupo de países en los que habita el 45 por ciento de la población mundial. Como resultado, 250 mil niños mueren de desnutrición o de infecciones cada semana, mientras que varios cientos de millones más sobreviven en un limbo de hambre y enfermedad... ¿Por qué aceptamos esta injusticia? ¿Qué racionalización nos permite dormir tranquilamente en las noches?

[La] explicación reside en nuestra aceptación de una religión típicamente europea u occidental (y hoy global), de una religión individualista de economías y mercados que explica todos esos resultados como la consecuencia inevitable de un sistema objetivo en el que... la intervención es contraproducente. El empleo es apenas un costo de los negocios y la naturaleza una fuente de recursos para la producción. Según este cálculo, el mundo de los negocios es tan esencial y tan disociado del medio ambiente... que la intervención en el funcionamiento del sistema económico es una amenaza para el orden natural de las cosas y, por tanto, para el bienestar futuro de la humanidad. Según esta forma de pensar, ese resultado es el producto inevitable del funcionamiento natural de este sistema económico y de la 'sabiduría del mercado' en la que se basa. La hegemonía que ha alcanzado esta construcción intelectual particular --una 'religión europea' o religión económica-- es notable; se ha convertido en un dogma de aplicación casi universal, en la religión dominante de nuestro tiempo, que apuntala y justifica un *status quo* patentemente inequitativo. Y ha ganado tal influencia que domina todas las actividades humanas contemporáneas [Dobell 1995, 232].

Para Dobell, esta teología se basa en dos proposiciones contraintuitivas pero ampliamente aceptadas: que *es correcta y justa* (por ello, lo que 'el mercado me obliga a hacer' es una justificación aceptable de muchas actividades moralmente cuestionables) y que *los precios indican el valor en forma adecuada*. Puesto que los recursos naturales no tienen precio, ciertas técnicas de explotación --como las redes de arrastre y el arrasamiento de los bosques-- no sólo son aceptables sino que son necesarias para ser competitivos, pese a que "casi todo el mundo sabe que el sistema de mercado tiene grandes fallas, en tanto que si se deja a su propio impulso, con los precios y las prácticas actuales, lleva de modo inevitable al deterioro ambiental y a la destrucción de sistemas ecológicos irremplazables" [Dobell 1995, 237].

El supuesto básico de ambas proposiciones es que ese sistema es 'natural'. Cuando el capitalismo de mercado funciona de acuerdo con leyes económicas tan naturales como las de la física o la química --si la economía fuese una ciencia auténtica-- sus consecuencias parecen inevitables, pese a que han llevado a una desigualdad extrema y están llevando a una catástrofe ambiental. Sin embargo, nada es inevitable en nuestras relaciones económicas. Este equívoco es justamente el que hay que aclarar, y es aquí donde la religión entra en escena, puesto que con la creciente prostitución de las universidades y de los medios de comunicación por esas mismas fuerzas del mercado no parece haber otra perspectiva moral que ayude a aclararlo. Por fortuna, las visiones alternativas del mundo que ofrecen las religiones aún pueden ayudarnos a entender que la victoria global del capitalismo de mercado no se traduce en la libertad económica sino que refleja el predominio de una forma particular de entender y valorar el mundo que no se puede aceptar sin reservas. Lejos de ser inevitable, este sistema económico es una forma históricamente condicionada de organizar y reorganizar el mundo; es una visión del mundo, con su ontología y su ética correspondientes, que compite con otras formas de entender qué es el mundo y cómo deberíamos vivir en él.

Desde una perspectiva religiosa, lo más sorprendente de los valores del mercado no es su 'naturalidad' sino la extraordinaria efectividad y persuasión de sus técnicas de conversión. Como profesor de filosofía, sé que cualquier cosa que haga con mis estudiantes durante unas pocas horas a la semana es prácticamente inútil contra las influencias proselitistas que los bombardean por fuera de clase; esos atractivos mensajes publicitarios (a menudo hipnóticos) de la televisión, la radio, las revistas, los buses que los asedian continuamente diciéndoles "cómprame si quieres ser feliz". Si no estamos engeguecidos por la distinción usual entre lo secular y lo sagrado, podremos ver que esos mensajes prometen otra forma de salvación, es decir, otros medios para superar la infelicidad. Puesto que esto toca el núcleo de una perspectiva verdaderamente religiosa --la cual ofrece una explicación alternativa de nuestra incapacidad para ser felices y un camino diferente para llegar a serlo-- las religiones no cumplen su responsabilidad cuando ignoran esta dimensión religiosa del capitalismo y cuando no subrayan que esta seducción es decepcionante puesto que esa solución a nuestra infelicidad sólo lleva a una insatisfacción mayor.

En vez de demostrar su inevitabilidad, la historia de los sistemas económicos muestra la contingencia de las relaciones de mercado que hoy damos por sentadas. Aunque tendemos a considerar que la motivación del beneficio es universal y racional (la benévola 'mano invisible' de Adam Smith), los antropólogos han descubierto que ésta no es tradicional para las sociedades tradicionales. Cuando esta motivación existe en dichas sociedades, juega un papel muy circunscrito y se juzga con prudencia debido a que tiende a disolver las relaciones sociales. La mayoría de las sociedades premodernas no hacen distinciones claras entre la esfera económica y la esfera social, y las funciones económicas están subsumidas en las relaciones sociales más generales. El hombre precapitalista "no actúa para proteger su interés individual en la posesión de bienes materiales; actúa para proteger su posición social, sus ambiciones sociales, sus activos sociales. Sólo valora los bienes materiales en la medida en que le sirven para este fin". Pero en la sociedad capitalista "en vez de que la economía esté

incorporada en las relaciones sociales, las relaciones sociales están incorporadas en el sistema económico" [Polanyi 1957, 46, 57].

Tawney descubrió que el Occidente renacentista percibía en forma semejante la fuerzas del mercado: "en la teoría medieval no hay lugar para una actividad económica que no se relacione con un fin moral, y la fundación de una ciencia de la sociedad basada en el supuesto de que el apetito de ganancias económicas es una fuerza constante y mensurable, que debe ser aceptada como otras fuerzas naturales, como un *datum* evidente e inevitable, habría parecido al pensador medieval apenas menos irracional e inhumano que convertir en premisa de la filosofía social la acción desenfrenada de rasgos humanos tan necesarios como la belicosidad y el instinto sexual" [Tawney 1926, 31].

La transformación esencial comenzó a finales de la Edad Media, que no por coincidencia es la época en que la interpretación religiosa del mundo predominante empieza a perder influencia en la vida de las personas. A medida que el beneficio se convertía en el motor del proceso económico, apareció una tendencia a reorganizar el sistema social en su conjunto y no sólo el componente económico, puesto que *no existe una diferencia natural entre ellos*.² "El capital había dejado de ser el siervo y se había convertido en el amo. Asumiendo una independencia y una vitalidad separadas, reclamó para sí la atribución de un socio mayoritario a imponer la organización económica compatible con sus propias conveniencias". [Tawney 1926, 86]. Éste es un ejemplo más de la paradoja tecnológica: creamos sistemas complejos para hacer que nuestras vidas sean más confortables, sólo para encontrarnos prisioneros de la lógica inexorable de su propia evolución. El monstruo del *Frankenstein* de Shelley lo expresa en forma más brutal: "tú eres mi creador, pero yo soy tu amo".

Max Weber fue el estudioso que más contribuyó a descubrir las raíces religiosas del capitalismo de mercado. Su polémica teoría no sólo ubica los orígenes del capitalismo en el 'ascetismo profano' de la ética puritana, también sugiere que el capitalismo sigue siendo esencialmente religioso en su estructura psicológica. De acuerdo con *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, la creencia calvinista en la predestinación fomentó lo que se convertiría en una necesidad irresistible de determinar si se era parte de los escogidos. La predestinación hizo innecesarios los sacramentos y llevó a la desvalorización de lo sagrado. En su lugar, se aceptó que el éxito económico en este mundo era la demostración del favor divino. Con ello se crearon las condiciones psicológicas y sociológicas para trasladar los valores ascéticos del monasterio a las profesiones, pues se hacían esfuerzos por probar que uno se salvaba invirtiendo el excedente en vez de consumirlo. Este objetivo original se atenuó gradualmente; sin embargo, el ascetismo profano no desapareció cuando Dios se hizo más distante y el cielo menos relevante. En nuestro mundo moderno, esa motivación original desapareció, pero nuestra preocupación por el capital y por la ganancia no desapareció con ella; por el contrario, se convirtió en nuestra principal obsesión. Como no tenemos ninguna otra meta, y no hay una salvación final en la que creer, dejamos que los medios se conviertan en fines.

El ensayo de Weber muestra que la intención original que inspira a una actividad puede eventualmente transformarse en algo bastante diferente: "los puritanos *querían* trabajar en una profesión; nosotros *debemos* hacerlo. Desde el momento en que el ascetismo abandonó las celdas de los monasterios para instalarse en la vida profesional y dominar la moralidad mundana, contribuyó todo lo que pudo a crear el imponente cosmos del orden económico moderno que, limitado a los presupuestos técnicos y económicos de la producción mecánica y maquinista, hoy en día determina con fuerza irresistible el estilo de vida de cuantos individuos nacen en él (y *no* sólo de quienes se ocupan directamente de las actividades económicas) y que quizá lo determine hasta que se consuma la última tonelada de combustible fósil. En opinión de Baxter, la preocupación por los bienes externos sólo debería pesar sobre los hombros de los santos como 'un manto sutil que se puede arrojar al suelo en cualquier

momento'. Pero la fatalidad llevó a que el manto se convirtiera en una jaula de hierro" [citado por Scaff 1989, 88].

Estamos muy lejos de la mano invisible de Adam Smith. La metáfora de Weber es menos esperanzada: el *ethos* calvinista profesional "hoy ronda nuestras vidas como el fantasma de creencias religiosas muertas", derrotado por una civilización racionalista de producción a gran escala y consumo voraz que hoy se erige sobre fundamentos puramente mecánicos [Scaff 1989, 89].³

La sociología de la religión de Weber diferencia las religiones más ritualistas y legalistas, que se adaptan al mundo, de las religiones de salvación, más hostiles al mundo. Las religiones de salvación suelen ser revolucionarias, debido a la profecía y al carisma que las motiva, y misioneras en tanto buscan introducir un nuevo mensaje o promesa en la vida cotidiana. Sus esfuerzos para garantizar la perpetuación de la gracia en el mundo exigen el reordenamiento del sistema económico. Weber advirtió que los adherentes a este tipo de religión usualmente "no disfrutaban de reposo interior porque están desgarrados por tensiones internas".

Este último punto --que no sólo describe a los puritanos que analiza en *La ética protestante* sino que también evoca nuestra propia situación-- sugiere que el capitalismo de mercado comenzó como una forma de religión de salvación y que aún puede entenderse como tal: insatisfecha con el mundo tal como es, obligada a introducir una nueva promesa en el mundo, motivada (y autojustificada) por la fe en la gracia del beneficio e interesada en perpetuar esa gracia, y con celo misionero para expandir y reorganizar (racionalizar) el sistema económico. Los argumentos de Weber implican que así pensemos que el mundo moderno es secular, sus valores (como la racionalización económica) no sólo se derivan de valores religiosos (la salvación mediante la introducción de una nueva promesa revolucionaria en la vida cotidiana) sino que son valores religiosos, aunque modificados por la pérdida de referencia a una dimensión distinta de la profana. O, quizá más precisamente, que esos valores han sido distorsionados por el hecho de que nuestras motivaciones no terrenales pero aún orientadas hacia el futuro se han vuelto inconscientes.

Weber subrayó que el *ethos* ascético profesional puede haber perdido su sentido original pero que no por ello es menos influyente. Nuestro tipo de salvación aún se orienta hacia el futuro. Como dijo Norman Brown, "ya no damos nuestro excedente a Dios; el proceso de producir un excedente cada vez mayor es nuestro Dios" [Brown 1961, 261]. En contraste con el tiempo cíclico de las sociedades premodernas, y sus rituales estacionales de expiación, nuestro tiempo económico es lineal y dirigido hacia el futuro, y persigue una reconciliación que ya no puede alcanzar porque ha desaparecido como motivación consciente. Sin embargo, aún funciona como motivación inconsciente, puesto que seguimos persiguiendo un fin que se aleja continuamente. Nuestra reacción colectiva se convierte entonces en la necesidad del crecimiento: el deseo siempre insatisfecho de un `nivel de vida' siempre mayor (porque una vez nos definimos como consumidores nunca tendremos demasiado) y el evangelio de la expansión económica permanente (porque las corporaciones y el PIB nunca serán suficientemente grandes).⁴

LA GRAN TRANSFORMACIÓN

Engels cuenta que una vez comentó a un fabricante de Manchester que nunca había visto una ciudad tan fea y tan sucia: "El hombre escuchó atentamente hasta el final, y en la esquina en que nos separamos dijo: `y sin embargo aquí se hace mucho dinero; buenos días, señor'" [Sale 1995, 58].

La fase decisiva del desarrollo del capitalismo de mercado ocurrió durante la revolución industrial de finales del siglo XVIII, cuando la nueva tecnología produjo un mejoramiento sin precedentes en los instrumentos de producción. Esto llevó a la 'liberación' de una masa crítica de tierra, trabajo y capital, que la mayoría de las personas experimentó como una catástrofe sin precedentes porque destruyó los vínculos de la comunidad; una catástrofe que hoy se repite en buena parte del mundo 'en desarrollo'. *La gran transformación* de Karl Polanyi [1944] es una expresión de indignación contra sus consecuencias sociales y, a la vez, una lúcida explicación de los fundamentos de esa deformación, del modo en que el mundo se convirtió en un mercado de mercancías intercambiables. Para que las fuerzas del mercado interactuaran libre y productivamente, el mundo natural tuvo que convertirse en la mercancía tierra, la vida tuvo que convertirse en la mercancía trabajo y el patrimonio en la mercancía capital. Ya antes, la comercialización de la agricultura inglesa había llevado a cercar las tierras comunales, los pastizales que tradicionalmente pertenecían a la comunidad. La peste de la mercantilización industrial resultó ser mucho peor. La tierra (nuestra madre y nuestro hogar) se objetivó en un conjunto de recursos explotables. La vida humana se objetivó en trabajo o tiempo de trabajo valorado de acuerdo con la oferta y la demanda. El patrimonio social, la herencia acumulada amorosa y laboriosamente a fin de preservarla para los descendientes, se objetivó en capital fungible, algo que también podía ser comprado y vendido, una fuente de ingreso no ganado para unos pocos afortunados y una fuente de deudas aplastantes para los demás.

La interacción entre esos procesos de mercantilización llevó a una acumulación de capital casi milagrosa y a un colapso igualmente asombroso de la vida comunitaria tradicional cuando los aldeanos fueron expulsados de sus tierras por esas nuevas fuerzas económicas. "Separar el trabajo de otras actividades vitales para someterlo a las leyes del mercado significó aniquilar todas las formas orgánicas de existencia y remplazarlas por un tipo de organización diferente, atomista e individualista", subraya Polanyi. Ese sistema "no podía existir durante un largo período de tiempo sin aniquilar la esencia humana y natural de la sociedad". El principio del *laissez-faire* --que el gobierno no debe interferir en la operación del sistema económico-- se aplicó en forma selectiva: aunque se exhortaba al gobierno para que no se inmiscuyera en la industria, sus leyes y sus políticas fueron necesarias para convertir el trabajo en una mercancía. Lo que se denominó no interferencia fue en realidad una interferencia para "destruir las relaciones no contractuales entre los individuos e impedir su reconstitución espontánea" [Polanyi 1957, 163].

¿Es una coincidencia que hoy se propague ese mensaje equívoco? Al tiempo que los conservadores predicán la liberación del sistema de libre empresa de las restricciones del gobierno, buscan subsidios federales para apoyar industrias no económicas (como la energía nuclear) y sanear las quiebras económicas (el escándalo de las cajas de ahorro y préstamo), mientras que las políticas internacionales buscan que el mundo sea más seguro para nuestras corporaciones multinacionales (Gatt, Nafta y Guerra del Golfo). Hace pocos siglos no había grandes diferencias entre Iglesia y Estado, entre autoridad sagrada y poder secular, hoy sus vínculos son de nuevo muy estrechos. Lejos de mantener una actitud reguladora efectiva o incluso neutral, el gobierno de Estados Unidos es el principal defensor de la religión del capitalismo de mercado como forma de vida, y en realidad quizá no tenga otra elección porque se ha convertido en un alcahuete que depende de las ganancias más suculentas del mercado.

Hay una línea directa que va desde la mercantilización de la tierra, de la vida y del patrimonio durante el siglo XVIII hasta el agujero en la capa de ozono y el calentamiento global de hoy en día. Además, esos procesos de mercantilización también han llevado a otra forma de destrucción ambiental que, en forma bastante diferente, es igualmente problemática: el agotamiento del 'capital moral', un término horrible que sólo pudo haber sido inventado por los economistas para describir otra terrible consecuencia social de las fuerzas de mercado. Como Adam Smith subrayó en su *Teoría de los*

sentimientos morales, el mercado es un sistema peligroso porque corroe los valores compartidos por la comunidad y que ésta requiere para refrenar los excesos de aquél. "Aunque esté impulsado por el interés propio, el mercado aún depende en forma absoluta de una comunidad que comparta valores tales como la honestidad, la libertad, la iniciativa, la frugalidad y otras virtudes cuya autoridad no puede ser reducida por mucho tiempo a un gusto personal, como hace explícitamente la filosofía del valor positivista e individualista en la que se basa la teoría económica moderna" [Daly y Cobb 1994, 50]. Una contradicción fundamental del mercado es que para funcionar eficientemente requiere rasgos de personalidad tales como la confianza en el orden, pero su mismo funcionamiento tiende a socavar la responsabilidad personal con los demás. Esta contradicción lleva a una descomposición que ya está bastante avanzada en muchas corporaciones. La 'fragmentación' de las empresas [*downsizing*] y el traslado de los trabajadores a empleos de tiempo parcial demuestran una menor preocupación de las corporaciones por sus empleados, al tiempo que los astronómicos aumentos de salarios en la cúspide (con lucrativas opciones de compra de acciones) y otras prácticas moralmente ofensivas --como los autopréstamos-- revelan que los ejecutivos a quienes se confía el manejo de las empresas son cada vez más propensos a explotarlas o canibalizarlas en su propio beneficio. Entre 1980 y 1993, las 500 empresas de *Fortune* aumentaron sus activos 2.3 veces, pero eliminaron 4.4 millones de empleos, mientras que las bonificaciones de los Chief Executive Officers (CEO) aumentaron más de 6 veces, y el CEO promedio de una gran corporación recibía en 1995 un paquete de bonificaciones de más de 3.7 millones de dólares al año [Korten 1995, 218].

En esa forma, el mercado no acumula 'capital moral' sino que lo 'agota' y, por lo tanto, depende de la comunidad para regenerarlo, del mismo modo que depende de la biosfera para regenerar el capital natural. No es sorprendente que las consecuencias de largo plazo sean similares: así como hemos llegado al punto en que se ha deteriorado la capacidad de la biosfera para recuperarse, nuestro capital moral colectivo ha llegado a ser tan escaso que nuestras comunidades (o, más bien, nuestras colecciones de individuos atomizados que buscan ser el 'número uno') son cada vez menos capaces de regenerarlo, y las consecuencias sociales son muy preocupantes para todos nosotros. Hay que insistir en este punto porque el sistema de protección económica que se creó para corregir las fallas del capitalismo hoy es culpado por las fallas del capitalismo. El desorden social que afecta a muchas sociedades 'desarrolladas' no puede ser corregido con una aplicación más eficiente de los valores del mercado (como eliminar la ayuda a las madres solteras para que su trabajo contribuya a la sociedad) porque es, más bien, una consecuencia directa de esos valores del mercado. La mercantilización que está destruyendo la biosfera, el valor de la vida humana y la herencia que deberíamos legar a las generaciones futuras también sigue destruyendo las comunidades locales que mantienen el talante moral de sus miembros. La degradación de la tierra y la degradación de nuestras sociedades son el resultado de ese mismo proceso de mercantilización del mercado que racionaliza su funcionamiento como algo natural e inevitable.

El agotamiento acumulativo del 'capital moral' nos recuerda violentamente que una comunidad es más que la suma de sus partes, que el bienestar general es necesario para el bienestar de cada uno de sus miembros. Sin embargo, esto es algo que la teoría económica contemporánea no puede introducir en sus ecuaciones. ¿Por qué? La respuesta nos lleva a los orígenes del pensamiento económico del siglo XVIII, orígenes que estuvieron marcados por la filosofía individualista del utilitarismo predominante en ese tiempo. La filosofía ha avanzado mucho desde entonces, sin embargo, la teoría económica sigue unida a los valores utilitaristas, tanto más cuanto que ignora su herencia.⁵ Según el utilitarismo, la sociedad está conformada por individuos discretos que buscan sus propios fines personales. Los valores humanos se reducen a un cálculo que maximiza los placeres (sin ninguna distinción cualitativa entre ellos) y minimiza el dolor. La racionalidad se define, entonces, como la búsqueda inteligente de la ganancia privada. En la visión de Adam Smith, "los individuos pueden relacionarse con los demás en diversas formas, bien sea por benevolencia o por amor propio, pero esas u otras relaciones no los

constituyen. Los individuos existen en una separación fundamental y se relacionan a partir de esa separación. Sus relaciones son exteriores a su identidad personal" [Daly y Cobb 1994, 160].

Pese a que la economía parece haber logrado el primer lugar entre las ciencias sociales (no hay premio Nobel para la sociología o la ciencia política, mucho menos para la filosofía o la religión), su visión de la humanidad ha llegado a ser predominante en la misma época en que sus supuestos están totalmente desacreditados por la filosofía, la psicología y la sociología contemporáneas; para no mencionar la religión, que siempre ha propuesto una visión diferente de lo que significa ser un ser humano. No obstante, a medida que los valores de mercado deterioran la calidad de nuestras relaciones sociales "la sociedad se parece cada vez más a esa yuxtaposición de individuos que postula la teoría económica. El modelo 'positivo' empieza a funcionar inevitablemente como norma a la que la realidad debe conformarse por obra de las políticas derivadas del modelo" [Daly y Cobb 1994, 162]. Hemos aprendido a desempeñar los roles que se adaptan a las tareas que debemos desempeñar y a las imágenes comerciales que nos asedian constantemente.

En vista de la influencia del pensamiento neomalthusiano acerca de la población, es necesario advertir que Malthus pertenece a esa tradición. Su *Ensayo sobre el principio de la población* [1798] defendía una ley de hierro de los salarios: el salario de subsistencia es el salario justo porque unos salarios mayores dan lugar a un rápido crecimiento de la población hasta que la pobreza detiene el crecimiento. De ahí deduce que la pobreza no es un resultado de las instituciones humanas sino la condición natural de la vida de la mayoría de las personas. La influencia de esa forma de pensar guarda una relación inversa con la (falta de) evidencia empírica, puesto que las tendencias demográficas mundiales no la respaldan. El rápido aumento de la población en la Inglaterra del siglo XIX, que ocurrió después de que muchas personas fueron expulsadas de sus tierras y obligadas a trabajar en las fábricas, apoya la conclusión contraria: las personas no son pobres porque tienen familias grandes sino que necesitan familias grandes porque son pobres (en esa época había una gran demanda de trabajo infantil). Desde el punto de vista moral, el malthusianismo tiende a ignorar la cuestión de quién consume realmente los recursos de la tierra. Desde el punto de vista teórico, su proposición principal --que la población aumenta en progresión geométrica mientras que los alimentos aumentan en forma aritmética-- aísla arbitrariamente, de toda la compleja gama de factores históricos, dos variables causales, al tiempo que supone constantes las variables tal vez más importantes de todas: la 'naturalidad' de un mercado sin trabas y el tipo de personalidad correspondiente, el individuo competitivo, egoísta y 'racional' que presupone la economía neoclásica.⁶

Como toda la filosofía occidental moderna, el utilitarismo que Smith y Malthus aceptaron sin reservas estaba en deuda con René Descartes. Su dualismo metafísico diferenciaba los fines de los seres humanos de todas las demás cosas existentes y, como consecuencia, las desvalorizó al convertirlas en simples medios para lograr esos fines. A pesar del esfuerzo de la filosofía del siglo XX por criticar el dualismo cartesiano y la separación entre sujeto y objeto, la teoría económica contemporánea aún presupone una teoría del valor subjetiva que sólo percibe el valor en la medida en que satisface los deseos personales.

La humanidad se ve reducida a fuente de trabajo y a una colección de deseos insaciables; las comunidades se transforman en agregaciones de individuos que compiten por conseguir sus fines privados; la tierra y todas sus criaturas se cosifican en recursos que deben explotarse para satisfacer esos deseos. ¿Deja este dualismo radical algún lugar para lo sagrado?, ¿para sentir asombro y temor ante los misterios de la creación? Creamos o no creamos en Dios, podemos intuir que olvida algo. Recordemos el papel esencial que pueden cumplir las religiones: plantear las preguntas fundamentales que ignora esta visión reduccionista de lo que es el mundo y de lo que puede ser nuestra vida.

UNA PERPETUA ANSIEDAD... ¿Y YA ALCANZAMOS LA FELICIDAD?

Lo que hoy podría liberar al mundo no es la transformación de la conciencia del proletariado sino la transformación de la conciencia del consumidor [Miller 1995, 19].

Desde una perspectiva *religiosa*, el capitalismo de mercado y sus valores crean dos problemas: codicia y desilusión. Por un lado, el mercado sin restricciones acentúa y precisa de la codicia al menos por dos razones. El deseo de ganancia es necesario para aceitar la maquinaria del sistema económico, y es necesario generar un deseo insaciable de consumir cada vez más para crear mercados para todo lo que se produce. La dimensión moral de la codicia ha desaparecido de modo inevitable en la teoría económica y, cada vez más, en los mercados que ésta promueve; hoy parece quedar en manos de la religión la tarea de aliviar los problemas que ocasiona un rasgo humano que en el mejor de los casos es moralmente ofensivo y, en el peor, perjudicial. Las visiones religiosas del mundo tienden a percibir la codicia como algo en cierta forma natural; sin embargo, en vez de desencadenarla consideran necesario refrenarla. El problema espiritual de la codicia --de la codicia por las ganancias y el consumo-- no se refiere tan sólo a la mala distribución de los bienes terrenales que ocasiona (aunque, por supuesto, es necesaria una distribución más equitativa) o a sus efectos sobre la biosfera sino a algo aún más esencial, a que la angustia se basa en la desilusión: la desilusión de no alcanzar la felicidad por esos medios. La búsqueda de la satisfacción a través de la ganancia o haciendo que el consumo dé sentido a la vida personal lleva a la idolatría, es decir, a una perversión demoníaca de la verdadera religión; y cualquier institución religiosa que haga las paces con las *prioridades* derivadas de los valores de mercado no merece el nombre de religión auténtica.

En otras palabras, la codicia forma parte de un sistema de valores defectuoso (la forma en que vivimos en este mundo) basado en un sistema de creencias erróneo (qué es el mundo). El subjetivismo extremo del cartesianismo y el individualismo atomista del utilitarismo, que 'naturalizan' esa ansiedad, deben ser rechazados y refutados no sólo intelectualmente sino sobre todo por la forma en que vivimos nuestras vidas. La gran sensibilidad de las religiones semíticas hacia la justicia (para las que el pecado es un defecto moral de la *voluntad*) debe ser complementada con el énfasis que las tradiciones asiáticas de iluminación dan a la visión [*seeing through*] que trasciende y disipa la desilusión (la ignorancia como incapacidad de *comprender*). Personalmente, intuyo que la sensibilidad sin la visión está condenada a ser ineficaz en esta época de cinismo. Es poco probable que lleguemos a resolver el problema de la justicia social distributiva sin que también abandonemos la ilusión de que es posible alcanzar la felicidad a través de la acumulación y el consumo individualistas, así no hubiese otra razón que la capacidad de quienes controlan los recursos mundiales para manipular las cosas de acuerdo con la ventaja que perciben; y porque, como ha demostrado el siglo XX, las revoluciones violentas para derrocar a esas élites sólo consiguen remplazarlas por otras.

Para el historiador francés Fernand Braudel, la revolución industrial fue "en últimas, una revolución de la demanda", o, más exactamente, "una transformación de los deseos" [Braudel 1982, 183]. Puesto que hemos llegado a pensar que nuestros deseos insaciables son 'naturales', es necesario recordar que nuestro modo de desear es apenas un sistema de valores particular condicionado históricamente, un conjunto de hábitos tan elaborado como los bienes que se ofrecen para satisfacerlo. Según la revista comercial *Advertising Age*, que deberíamos leer, los gastos de Estados Unidos en propaganda llegaron a 147 mil millones de dólares en 1994, mucho más de lo que se gastó en educación superior. Esto se tradujo en una andanada de 21 mil comerciales de televisión, un millón de páginas publicitarias en las revistas, 14 mil millones de catálogos, 38 mil millones de folletos de propaganda ramplona y otros mil millones de anuncios, carteles y vallas publicitarias. Esa suma no incluye las diversas industrias que

afectan los gustos y los gastos de los consumidores, como la promoción y las relaciones públicas, el mercadeo, el diseño y, por encima de todo, la moda (no sólo en el vestuario) que generaron otros 100 mil millones de dólares [Durning 1992, 142]. Considerado en conjunto, éste es el mayor esfuerzo de manipulación mental que jamás haya padecido la humanidad, sin otra finalidad que la de crear necesidades de consumo. No importa que el impacto ambiental de un niño de los países desarrollados sea 30 veces mayor que el de un niño del Tercer Mundo.

Si el mercado fuera la forma más eficiente de satisfacer nuestras necesidades, ¿por qué requiere de esas gigantescas industrias? La teoría económica, igual que el mercado, no hace diferencias entre las necesidades auténticas y los deseos creados en forma por demás dudosa. Ambos tienen carácter normativo. No importa por qué alguien desea algo. Las consecuencias de este enfoque son, sin embargo, importantes. El patrón de consumo que hoy consideramos natural proporciona el contexto para el rápido deterioro de los sistemas ecológicos del último medio siglo: según el Worldwatch Institute, las personas que vivieron entre 1950 y 1990 consumieron más bienes y servicios (medidos en dólares constantes) que todas las generaciones anteriores en la historia de la humanidad [Durning 1992, 38].

Si esto no es suficientemente preocupante, pueden añadirse las consecuencias sociales de nuestra conversión a los valores de consumo que, por lo menos en Estados Unidos, ha revolucionado la forma en que nos relacionamos con los demás. "Con la ruptura de la comunidad a todos los niveles, los seres humanos se parecen cada vez más al *homo economicus* tradicional. Ir de compras es el gran pasatiempo nacional... Con base en un endeudamiento generalizado y unas ventas masivas de los activos nacionales, los estadounidenses han dilapidado su herencia y empobrecido a sus hijos" [Daly y Cobb 1994, 373].

Esto en cuanto a su patrimonio. Nuestra inmensa riqueza no nos ha bastado y hemos tenido que aumentarla acumulando grandes cantidades de deuda. ¡Y usamos todo nuestro ingenio para diseñar un sistema económico que nos permita expoliar los activos futuros de nuestros descendientes! La mercantilización nos permite lograr algo que se solía considerar imposible, viajar a través del tiempo: hoy tenemos medios para colonizar y explotar el futuro.

La ironía final es que esta mercantilización casi completa del mundo poco sorprende a quien esté familiarizado con lo que ha llegado a ser un comportamiento adictivo para 59 millones de habitantes de Estados Unidos [Domínguez y Robins 1993, 171]. Las comparaciones a través del tiempo y entre sociedades muestran que hay pocas diferencias en la felicidad que decimos disfrutar. El hecho de que en el mundo desarrollado consumamos demasiado no parece tener mayores efectos sobre nuestra felicidad [Durning 1992, 38-40].

Esto tampoco sorprende a quienes tienen una orientación más religiosa. La mejor crítica de esta ansiedad de consumo sigue siendo la que ofrecen las enseñanzas religiosas tradicionales, que no sólo nos sirven de fundamento sino que nos muestran cómo transformar nuestras vidas. En el budismo, para citar el ejemplo de mi propia religión, los deseos insaciables del ego son el origen de las frustraciones y de la falta de paz que experimentamos en nuestra vida cotidiana. El consumo excesivo, que nos distrae e intoxica, es uno de los principales síntomas de este problema. Infortunadamente, esa compulsión no alivia nuestra ansiedad sino que la agudiza.

En respuesta, el budismo enseña la renuncia y la generosidad. Como dice Shunryu Suzuki-roshi, renunciar no significa sacrificar las cosas de este mundo sino aceptar que son efímeras. Para vivir con serenidad es necesario percibir y aceptar que todo desaparece, incluidos nosotros mismos. Sólo alguien cuya identidad no está atada a la adquisición y al consumo puede renunciar verdaderamente al mundo. La expresión de la renuncia es la generosidad, que es enaltecida por el budismo así como por todas las principales religiones.⁷ La generosidad verdadera no sólo es una expresión de evolución moral

sino también de comprensión: "La necesidad de poseer y adquirir disminuye a medida que disminuye la necesidad de definirnos y representarnos a nosotros mismos. Eventualmente podemos llegar a ver que el sentimiento de posesividad se funda en la desilusión. Algo es mío sólo si no es tuyo. Pero si puedo ver que nada me separa de tí, y que nada nos separa de los fenómenos del mundo, la idea de propiedad empieza a perder significado. En esencia, quien de nada carece no siente necesidad de adquirir" [Jeffrey 1995, 12]. El consumismo no sólo ignora el gozo supremo de dar a otros, también impide la comprensión ontológica de que no hay dualidad entre uno y los demás. Esa comprensión lleva a la visión transformadora de que no es necesario ser adquisitivo cuando no se carece de nada.

Otras religiones expresan en otras formas la importancia de la generosidad pero, en mi opinión, sus diferentes caminos llevan a una comprensión semejante de nuestra interrelación. Si comparamos esas perspectivas con el adoctrinamiento del mercado acerca de la importancia de la adquisición y del consumo --un adoctrinamiento indispensable para que el mercado siga funcionando-- la línea de batalla queda clara. Todas las religiones auténticas son aliadas naturales contra lo que equivale a una idolatría que socava sus enseñanzas más importantes.

En conclusión, el mercado no es sólo un sistema económico sino también una religión, aunque no es una buena religión por que sólo funciona prometiendo una salvación secular que nunca proporciona. Su disciplina académica, la 'ciencia social' de la economía, se entiende mejor como una teología que pretende ser una ciencia. Así, cualquier solución a los problemas que ésta ocasiona también tiene una dimensión religiosa. Esto no significa que debamos retroceder de los valores seculares a los valores religiosos sino que debemos entender que nuestras obsesiones seculares se han convertido en síntomas de una necesidad espiritual que no pueden satisfacer. A medida que consciente o inconscientemente nos hemos alejado de la visión religiosa del mundo, perseguimos esos fines profanos con un fervor religioso cada vez mayor porque nunca podemos alcanzarlos.⁸ La solución a la catástrofe ambiental que padecemos y al deterioro social en que vivimos llegará cuando este impulso espiritual reprimido vuelva a su senda verdadera. Mientras llega ese momento, el camino pasa por la lucha contra la falsa religión de nuestra época.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Boulding, Kenneth E. 1968. *Beyond Economics* University of Michigan Press, Ann Arbor.

Braudel, Fernand. 1982. *The Wheels of Commerce*, traducción de Sian Reynolds, Harper & Row, Nueva York.

Brown, Norman O. 1961. *Life Against Death: The Psychoanalytic Meaning of History*, Vintage, Nueva York.

Daly, Herman E. y Cobb, John B. 1994. *For the Common Good*, 2d ed. Beacon Press, Boston.

Dobell, A. Rodney. 1995. "Environmental Degradation and the Religion of the Market", Coward, Harold, editor, *Population, Consumption, and the Environment*, 229-250. State University of New York Press, Albany.

Domínguez, Joe y Robin, Vicki. 1993. *Your Money Or Your Life*, Penguin, Harmondsworth.

Durning, Alan. 1992. *How Much is Enough?*, Norton, Nueva York.



Eisenstadt, S. N., editor. 1968. *The Protestant Ethic and Modernization: A Comparative View*, Basic Books, Nueva York.

Jeffrey, Meg. 1995. "Consumerism in the Monastery", *Turning Wheel*, verano, 11-13.

Korten, David. 1995. *When Corporations Rule the World*, Kumarian Press, West Hartford, CT.

Loy, David. *Lack and Transcendence: The Problem of Death and Life in Psychotherapy, Existentialism, and Buddhism*. Atlantic Highlands, NJ: Humanities Press. 1996.

Miller, Daniel. 1995. "Consumption as the Vanguard of History", *Acknowledging Consumption: A Review of New Studies*, 1-57, Routledge, Londres.

Polany, Karl. 1957. *The Great Transformation*, Beacon Press, Boston.

Rao, Mohan. 1994. "An Imagined Reality: Malthusianism, Neo-Malthusianism and Population Myth", *Economic and Political Weekly*, 29 de enero, 40-52.

Sale, Kirkpatrick. 1995. *Rebels against the Future: The Luddites and Their War on the Industrial Revolution*, Addison-Wellesley, Reading, Ma.

Scaff, Lawrence. 1989. *Fleeing the Iron Cage: Culture, Politics, and Modernity in the Thought of Max Weber*, University of California Press, Berkeley.

Tawney, R. H. 1926. *Religion and the Rise of Capitalism*, Harcourt, Brace, Nueva York.

(*)Profesor de la Facultad de Estudios Internacionales, Bunkyo University, Chigasaki 253, Japón.

(1)Este ensayo debe mucho a Daly y Cobb, quienes hacen una crítica detallada de la teoría económica moderna y demuestran que nuestros problemas sociales y ambientales pueden ser resueltos si tenemos la voluntad de resolverlos.

(2)Esto implica que la alternativa a la religión del mercado no exigiría la eliminación del mercado (y el fracaso del socialismo del siglo XX sugiere que éste no debería ser eliminado) sino restituir a las fuerzas del mercado su papel delimitado por las relaciones sociales de la comunidad.

(3)No estoy en condiciones de evaluar el debate académico que suscitó la tesis de Weber; una revisión de ese debate se encuentra en Eisenstadt [1968, 67-86].

(4)Puesto que todo Dios necesita un Demonio y toda religión una teoría del mal, los creyentes en la religión del mercado consideran maligno aquello que amenaza la expansión permanente del excedente, especialmente los impuestos, la inflación y las regulaciones del gobierno, como por ejemplo las barreras al comercio.

(5)"La economía debe al menos la mitad de su desarrollo a las ideas de Adam Smith, a quien es lícito considerar el fundador de la economía como discurso abstracto y unificado, y casi sin saberlo, aún bebe en las fuentes del racionalismo y el deísmo del siglo XVIII" [Boulding 1968, 187].



(6) Para una crítica incisiva del malthusianismo, ver Rao [1994].

(7) La generosidad (dâna, en sánscrito) es la primera y más importante de las virtudes trascendentales (pâramitâs) del Mahâyâna debido a que implica a todas las demás.

(8) Este fenómeno se analiza más extensamente en Loy [1996].