

 **Cáritas**
Española
Editores

ISBN 84-8440-312-2



9 788484 403128

2004

MODELO DE VIDA: CONSUMO, CONSUMISMO Y CARIDAD

CORINTIOS
XIII

CORINTIOS

revista de teología y pastoral de la caridad

XIII

MODELO DE VIDA: CONSUMO,
CONSUMISMO Y CARIDAD

109

N.º 109 • Enero - Marzo • 2004

CORINTIOS XIII

REVISTA DE TEOLOGÍA
Y PASTORAL DE LA CARIDAD

N.º 109. Enero-Marzo 2004

CÁRITAS ESPAÑOLA. EDITORES.

San Bernardo, 99 bis

28015 Madrid.

Teléfono 914 441 006

Fax 915 934 882

E-mail: maparicio.ssgg@caritas.es

<http://www.caritas.es>

Teléf.: Suscripción: 91 444 10 37

Dirección: 91 444 10 02

Redacción: 91 444 10 19

Fax: 91 593 48 82

EDITOR:

CÁRITAS ESPAÑOLA

Felipe Duque

(Director)

Antonio Bravo

(Consejero delegado)

Juan Antonio García-Almonacid

(Coordinador)

CONSEJO DE REDACCIÓN:

E. Romero Pose

P. Jaramillo

J. Manuel Díaz

F. Fuentes

A. García-Gasco

J. Costa

A. M. Oriol

J. M. Osés

V. Renes

R. Rincón

Juan Carlos Escobedo

Sebastián Alós

Ángel Galindo

Santiago Madrigal

Salvador Pellicer

Imprime:

Gráficas Arias Montano, S.A.

MÓSTOLES (Madrid)

I.S.S.N.: 0210-1858

I.S.B.N.: 84-8440-312-2

Depósito legal: M. 7.206-1977

SUSCRIPCIÓN:

España: 28,38 euros.

Europa: 40,39 euros.

América: 62 dólares.

Precio unitario: 10,82 euros.

COLABORAN EN ESTE NÚMERO

VÍCTOR RENES. Cáritas Española.

JOSEP F. MÀRIA I SERRANO. Jesuita.

Doctor en Ciencias Económicas.

Miembro de Cristianisme i Justicia.

Profesor de ESADE.

JUAN GONZÁLEZ-ANLEO. Catedrático

de Sociología.

ANDRÉS TORNOS. Profesor Emérito

de la Universidad P. Comillas.

JERÓNIMO GONZÁLEZ HERNANDO.

Instituto Superior de Ciencias Religiosas «San Agustín».

SEBASTIÁN MORA ROSADO. Cáritas

Diocesana de Madrid.

RAFAEL PRIETO RAMIRO. Delegado

Episcopal de Cáritas Diocesana de Plasencia.

JOSÉ MANUEL BERNÁRDEZ RO-

DRÍGUEZ (PP. Franciscanos). Centro de Atención Pastoral (CAP. Vega de Velcarce) Diócesis de Artorga.

ANDRÉS AGANZO. Cáritas Española.

VALENTÍN A. RIESCO, O.H.

CORINTIOS

revista de teología y pastoral de la caridad

XIII

MODELO DE VIDA: CONSUMO,
CONSUMISMO Y CARIDAD

N.º 109 • Enero - Marzo • 2004

Los artículos publicados en la Revista CORINTIOS XIII no pueden ser reproducidos total ni parcialmente sin citar su procedencia.

La Revista CORINTIOS XIII no se identifica necesariamente con los juicios de los autores que colaboran en ella.

SUMARIO

	<u>Páginas</u>
PRESENTACIÓN. Víctor Renes.....	5
<i>Consumo y alienación del ser humano.</i> Víctor Renes	9
<i>El consumo y sus patologías en tiempos de globalización.</i> Josep F. Mária i Serrano	29
<i>El cambio de la sociedad puritana a la sociedad del consumo como religión.</i> Juan González-Anleo	57
<i>Ser, tener, consumo.</i> Andrés Tornos	89
<i>La ética del consumo en la DSI.</i> Jerónimo González Hernández	111
<i>Austeridad, calidad de vida y consumo. La «vida en plenitud» según el Evangelio.</i> Sebastián Mora Rosado	137
<i>El consumo, éste es nuestro dios.</i> Rafael Prieto Ramiro ...	159
<i>«Dominar el mundo» y «el uso de la naturaleza» y de los bienes de forma ¿ilimitada? Claves ecológicas.</i> Fr. José Manuel Bernárdez Rodríguez	185

	<u>Páginas</u>
<i>Comercio justo y consumo responsable. Andrés Aganzo ...</i>	221

GRANDES TESTIGOS DE LA CARIDAD

<i>San Juan de Dios, amor solidario. Valentín A. Riesco.....</i>	255
--	-----

PRESENTACIÓN

Con el título *Modelo de vida: consumo, consumismo y caridad*, el presente número de CORINTIOS XIII trata de hacer una reflexión ética y teológica sobre el «consumismo» en las sociedades occidentales de intenso crecimiento económico, en el que el desarrollo parece identificado exclusivamente con el aumento de la capacidad de disponer de la mayor cantidad posible de bienes materiales.

En esta identificación entre cantidad y «bondad» de nuestras sociedades se produce un oscurecimiento de la persona y de sus dimensiones trascendentes. «La alienación se verifica en el consumo, cuando el hombre se ve implicado en una red de satisfacciones falsas y superficiales, en vez de ser ayudado a experimentar su personalidad auténtica y concreta» (C.A. 41). Por ello, a través de los diversos artículos, este número de CORINTIOS XIII pretende incidir en esta «inversión de valores», y hacerlo teniendo muy en cuenta las situaciones de des-humanización que produce en unos el ansia de tener de otros (S.R.S. 28).

No se trata, por tanto, únicamente de una reflexión reducida a la sola dimensión del consumo como elemento de la economía, de la distribución desigual e injusta de los bienes. Se trata de asumir que anda en juego un modelo de persona

y de sociedad. Es, por tanto, una reflexión antropológica y ética, que ayuda a desvelar al ser humano y la relación y uso que establece con los bienes destinados a su desarrollo, bienes destinados también para el uso y desarrollo de todos los seres humanos.

Y es en el uso de lo que, en nuestras sociedades, los hombres consideran como suyo, y esto sin límites, donde también anda en juego la vivencia y la realización de la fraternidad, de tener en cuenta a los otros. En todo ello, se ponen en cuestión las dimensiones más profundas de lo que se es y se pueda ser como persona y como miembro de la comunidad humana, o sea, del Plan de Dios. De ahí la necesidad de insistir en la dimensión trascendente de la persona en la misma dirección en que *Populorum Progressio* propone entender y realizar el auténtico desarrollo humano y social.

Una reflexión desde la pastoral social en este campo tiene como referencia positiva la necesidad de volver a poner en su lugar lo que la alineación, la a-lienación del ser humano de su propio ser, y la a-lienación del ser humano de los otros seres humanos y de la propia naturaleza, ha invertido. «La *obediencia a la verdad sobre Dios y sobre el hombre* es la primera condición de la libertad, que le permite ordenar las propias necesidades, los propios deseos y el modo de satisfacerlos según una justa jerarquía de valores, de manera que la posesión de las cosas sea para él un medio de crecimiento» (C.A. 41.)

Con un total de nueve artículos, los autores que han hecho posible el número, a los cuales la revista agradece encarecidamente su colaboración, recorren los aspectos fundamentales que hoy nos interrogamos para ser libres siguiendo las reflexiones de Juan Pablo II en *Centesimus Annus*, reflexión que bien puede constituir la introducción a este número.

Teniendo como telón de fondo el consumo, los artículos ayudan a descubrir estos aspectos fundamentales aludidos como son la alienación del ser humano (VÍCTOR RENES), el consumo y las patologías en tiempos de globalización (F. MÀRIA I SERRANO), el cambio de la sociedad puritana a la sociedad del consumo como religión (JUAN GONZÁLEZ ANLEO), la tensión entre el ser y el tener (ANDRÉS TORNOS), la ética del consumo en la Doctrina Social de la Iglesia (JERÓNIMO GONZÁLEZ HERNANDO), la vida en plenitud según el Evangelio (SEBASTIÁN MORA ROSADO), el consumo como nuevo dios (RAFAEL PRIETO) y claves ecológicas en el uso de los bienes (JOSÉ MANUEL BERNÁRDEZ RODRÍGUEZ). Un último artículo aporta luces desde las campañas y propuestas de «consumo responsable» realizadas en Cáritas Española (ANDRÉS AGANZO).

En el apartado GRANDES TESTIGOS DE LA CARIDAD, VALENTÍN RIESCO ÁLVAREZ, nos descubre el tránsito de Juan Ciudad a Juan de Dios desde una vida como «amor solidario», de aquel que fundó la Orden Hospitalaria que lleva su nombre.

Finalmente, nos queda agradecer D. ÁNGEL GALINDO, profesor de la Universidad Pontificia de Salamanca y a D. SANTIAGO MADRIGAL, Decano de la Facultad de Teología de la Universidad Pontificia de Comillas, el haber aceptado formar parte del Consejo de Redacción de nuestra revista. Igualmente transmitimos nuestro agradecimiento a D. SALVADOR PELLICER, Delegado Episcopal de Cáritas Española hasta nuestra última asamblea, por continuar como Consejero y saludamos a D. ANTONIO BRAVO, actual Delegado Episcopal de Cáritas Española, lo que le confiere la función de Consejero Delegado de la CORINTIOS XIII.

VÍCTOR RENES
Cáritas Española

CONSUMO Y ALIENACIÓN DEL SER HUMANO

VÍCTOR RENES
Cáritas Española

DEL CONSUMO AL CONSUMISMO

Abordar una reflexión sobre el consumo exige acotar el ámbito de la reflexión. Del consumo se puede hablar desde una óptica económica como demanda, se puede analizar el efecto del consumo en la activación o desactivación de la economía; también del consumo en tanto utilización de los bienes y servicios necesarios para la satisfacción de las necesidades humanas.

Pero el enfoque que daremos a nuestras reflexiones no será de tipo económico, sino antropológico, o sea, de la relación consumo-desarrollo humano, y ello teniendo en cuenta que esta relación y el propio consumo han sufrido transformaciones importantes en los diversos períodos históricos. Nuestra reflexión se refiere, por ello, a la sociedad que estamos viviendo, en la que el nivel de consumo se ha convertido no sólo en un indicador relevante económica y socialmente, sino que ha adquirido un rango de conformación y configuración del propio modelo de persona y de sociedad.

Esta tendencia a convertirse el consumo en el patrón de referencia de las sociedades de masas puede ser rastreada en el

primer cuarto del siglo xx, aunque claramente aparece como un denominador común en las sociedades occidentales de la segunda mitad de ese siglo, y en desarrollo continuo. La sociedad opta no sólo por la disposición de bienes, imprescindibles para la satisfacción de las necesidades personales y sociales, sino que convierte esta posesión en el polo de referencia de opciones, decisiones y valores. Los valores materiales toman, a partir de ahí, la prevalencia sobre los valores espirituales como signo de valor social y esto legitima lo que podemos llamar el despropósito del consumo en tanto se convierte en el validador de tales valores. Hemos pasado del consumo al consumismo.

La raíz del problema está en convertir el consumismo en fenómeno económico. Y esto es una trampa y una espiral. ¿Por qué? Pues porque las necesidades, en sentido estricto, son pocas. Pero el problema es que desde la demanda del consumo crece el fenómeno del consumismo, denominador cultural de la actualidad, que hace muy distinta nuestra situación de la política de ahorro y austeridad en el consumo de épocas anteriores.

Pero, una vez generada la espiral de necesidades ilimitadas, y hoy por hoy no se quiere delimitar esta espiral de «necesidades», el consumidor se hace muy apetecible para la economía de producción. La producción crece y, por ello, hace crecer las rentas, lo que genera un nuevo crecimiento de las necesidades. Esta espiral puede hacer quebrar la sociedad; o sea, esta espiral no tiene límites más que por el ahogamiento del sistema.

Y, ante ello, se re-formula el propio sistema de producción que acaba gigantizando al propio sistema, pues el consumismo devora todo. Crecimiento cada vez mayor de las unidades productivas; de «lo pequeño es hermoso» a «lo gigante es fantástico», y este principio se convierte en axioma siempre

verdadero. Gigantismo que, además, muchas veces es ocultamiento de in-capacidades.

Este fenómeno social del consumismo, desde el punto de vista antropológico, plantea una serie de cuestiones que vamos a pasar a examinar: los bienes, los deseos y la satisfacción de las necesidades; consumo y modelo de persona y de sociedad; consumismo y cambio antropológico y social.

CONSUMISMO Y NECESIDADES: LA IDENTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD CON EL DESEO

El modelo de crecimiento (enfáticamente denominado «desarrollo») económico imperante hoy en el mundo es tributario de un sistema de creencias, de modo que es imprescindible la modificación de tal sistema de creencias si queremos salir de la trampa antropológica en que el consumismo nos encierra.

Para ello es imprescindible cambiar, en primer lugar, la noción dominante respecto al concepto de necesidad. La necesidad es entendida como análoga al deseo, por lo que tiene un carácter de infinitud que se retroalimenta a sí misma, ya que por cada necesidad (deseo) satisfecha surgirán muchas otras necesidades (deseos) que será necesario satisfacer. Esto orienta al sistema económico a la satisfacción de los deseos humanos identificados como necesidades humanas, y lo determina como un sistema en permanente crecimiento; y, por tal razón, el sistema económico está funcionalizado hacia el crecimiento. La reflexión económica, y la propia reflexión, estructuración y valoración social, queda organizada en torno al crecimiento, pues se entiende que, estando en juego la satisfacción de los deseos-necesidades humanas, nada

puede ser más relevante que el crecimiento, en tanto se identifica crecimiento con satisfacción.

En esa visión se pasa directamente desde la necesidad (algo eventualmente reconocido universalmente y, en tanto tal, objetivable) al deseo (algo esencialmente subjetivo). Los economistas han acuñado, para resolver el problema, una variable *proxy* del deseo, que sería el concepto de preferencias, expresadas por las personas mediante el consumo, constituyéndose así un corpus teórico extraordinariamente simplista en relación al universo de las necesidades humanas.

De ahí que sea necesario repensar y revisar la noción de necesidad (1). Si se piensa la necesidad humana como algo asociado a nuestra naturaleza como entes vivos, esto es asociado a nuestra biología y psicología constitutivas, estamos hablando del ámbito donde se encuentra radicado aquello que llamamos «vida humana». De ser así, nos encontramos con la existencia de una naturaleza humana inalterable (en lo substantivo) a lo largo de la historia y a lo ancho de las culturas. Eso que llamamos derechos humanos, reconocidos para el conjunto de la humanidad, sólo puede tener un correlato de invarianza en el ámbito de las necesidades humanas, siendo éstas las mismas para el conjunto de aquellos que reconocemos como seres humanos (2).

(1) Esta reflexión sobre el concepto de necesidad es deudora y está tomada de la imprescindible aportación de CEP-AUR (MAX-NEEF, M., ELIZALDE, A. y HOPENHAYN, M.) (1986) «Desarrollo a escala humana: Una opción para el futuro». Número especial de la Revista *Development Dialogue*, Cepaur-Fundación Dag Hammarskjöld, Uppsala. Una versión inglesa fue publicada en el número 1989:1 de *Development Dialogue*.

(2) Según esta propuesta, las necesidades son pocas, finitas y clasificables. Existen nueve necesidades humanas fundamentales: subsistencia, protección, afecto, entendimiento, creación, participación, ocio, identidad y libertad.

Sin embargo, en el plano de las teorías económicas, e incluso psicológicas, se piensa (implícitamente) que algo tan substantivo como las necesidades son infinitas, ilimitadas y siempre crecientes, afirmando de este modo la existencia de una naturaleza humana cambiante en el tiempo. De lo cual se derivaría lógicamente la existencia de distintas naturalezas humanas y de allí, a su vez, la de naturalezas de distintas categorías, algunas más evolucionadas que otras. Lo que nos llevaría, «*ab absurdum*», a la existencia de distintos «derechos». Surge, por consiguiente, la necesidad de un nuevo concepto que dé cuenta de la dimensión aparentemente cambiante de la necesidad, y que denominaremos «satisfactor». Son éstos los que cambian de cultura en cultura, de sociedad en sociedad, de pueblo en pueblo. Cada comunidad humana comparte un conjunto de satisfactores propios y específicos, que incluso la diferencian de otra comunidad. El elemento cambiante son los satisfactores, existiendo varios tipos de satisfactores, siendo algunos de ellos beneficiosos y otros dañinos en relación a la satisfacción de las necesidades humanas.

LA MEDIACIÓN EN LA SATISFACCIÓN DE LA NECESIDADES: LOS SATISFACTORES

Una primera consecuencia importante es la no identificación inmediata entre deseo (necesidad) y el bien con el que satisfacerla, así como la mediación de las distintas formas de satisfacer una necesidad con el mismo o con diversos bienes; o sea, la presencia en el campo de la satisfacción de las necesidades de la cultura y los valores. Por ello no se puede monodimensionalizar la relación necesidades-bienes, sino que es imprescindible considerar el funcionamiento, y el propio sistema, económico de un sistema conformado por tres elemen-

tos (o subsistemas): el de las necesidades, el de los satisfactores y el de los bienes. Si estos tres conforman un sistema, consecuentemente se afectan mutuamente. Entonces, ¿cuál es el papel que cada uno de estos subsistemas juega?

El subsistema de las necesidades incluye lo que podríamos describir como nuestra interioridad; nuestras necesidades son algo que está radicado en el interior de nuestra piel y que solamente podemos vivenciar en forma subjetiva. La necesidad siempre se vivencia en un plano absolutamente personal. Pero esto no es una propuesta individualista, sino personalista, es decir, las necesidades son algo que nos constituye como humanos, que está impreso en nuestra naturaleza. Siendo las necesidades algo que fundamentalmente nos es dado, por más que queramos no las podemos modificar y, por ello, afirmamos que las necesidades humanas fundamentales son universales.

El subsistema de los satisfactores, por el contrario, se constituye por las formas históricas y culturales mediante las cuales damos cuenta de nuestras necesidades humanas fundamentales. Son la historización de nuestras necesidades. Constituyen las formas mediante las cuales en cada cultura, en cada sociedad, en cada circunstancia histórica se buscan y diseñan las mejores formas de actualizar las necesidades de sus integrantes. Sin embargo, en cuanto formas de hacer las cosas, los satisfactores, por una parte, son inmateriales y, por otra parte, constituyen la «interfaz» entre lo que es la exterioridad y la interioridad, entre los bienes y las necesidades fundamentales.

El subsistema de los bienes se refiere a los artefactos materiales de la cultura, y son fundamentalmente pura exterioridad; los bienes son objetos o cosas que potencian la capacidad de los satisfactores para poder dar cuenta de la necesidad. Los bienes

son todos los elementos que producimos que están fuera de nuestra propia piel. Ahora bien, lo que ocurre es que estos elementos, en cuanto son exterioridad, tienen una existencia física, son materiales. Por ello los bienes están acotados dentro de límites que no se deben transgredir. Así, en algún momento, la cantidad de bienes se traduce en desechos y residuos y, por más que creamos que los procesos económicos terminan exclusivamente en los bienes, eso es falso. Terminan en lo que es fundamentalmente producción de basura, y eso implica problemas como el de dónde depositar los desechos. Una nueva visión de las necesidades, de la que aquí sólo tomamos estas breves indicaciones por no ser objeto ni poder desarrollarla en su complejidad, nos plantea varias cuestiones, entre las que señalaremos solamente dos, por ser más relevantes para esta reflexión.

Al ser las necesidades humanas fundamentales iguales para todos e iguales en importancia, cambia el concepto de pobreza y también el de riqueza, porque en la visión del «crecimiento» económico, la pobreza está asociada exclusivamente a déficit o ausencia de subsistencia, vale decir de pan, techo y abrigo. Pero en una concepción de las necesidades que las considera como la propia naturaleza humana, para todas las necesidades existe un umbral presistémico. La privación en cualquiera de ellas, más allá de un cierto nivel, conduce al desmoronamiento del sistema de necesidades y consecuentemente de la vida. La gente se muere no solamente de hambre, sino que se muere también por carencia de afecto o por carencia de identidad, etc.

De ahí que sea necesario hablar de pobrezas y de riquezas. Podemos así preguntarnos ¿qué pobrezas, en términos de carencias o de insatisfacción, experimentan aquellos niños o adolescentes que asesinan a sus compañeros de curso en los colegios, y esto ocurre en unas sociedades subdesarrolladas

constituídas en el modelo cultural a imitar? El crecimiento económico, la inserción en la economía global, la liberalización de los mercados o la construcción de grandes centros comerciales, donde se concentran los nuevos templos de la sociedad de consumo, satisfacen deseos de posesión, pero no satisfacen necesidades fundamentales que, en su carencia, destruyen el proyecto humano.

Por otra parte, la hegemonía de esta visión cultural tradicional ha terminado imponiéndonos concepciones de la realidad donde tendemos a desvalorizar nuestros propios recursos, nuestras riquezas, empobreciéndonos de esa manera al imponernos escalas de valores, de deseos y de consumo ajenos a nuestra historia e identidad como pueblos. ¿Qué decir, por ejemplo, de la enorme riqueza contenida en los satisfactores para actualizar la necesidad de afecto en nuestras sociedades latinas? ¿O la enorme abundancia contenida en la relación que establecen con la naturaleza los pueblos indígenas, andinos y amazónicos, para dar cuenta de sus necesidades de entendimiento y subsistencia?

ESBOZO DE UNA INTERPRETACIÓN DE LA SOCIEDAD «CONSUMISTA»

A partir de la conceptualización anterior podemos utilizar la relación que se da en nuestra sociedad entre los tres elementos (necesidades-satisfactores-bienes) para analizar el modelo de sociedad en que nos encontramos (3). Y podemos con-

(3) Este análisis se realiza siguiendo la pauta marcada por A. ELIZALDE en: *Desarrollo humano y ética para la sustentabilidad*, México, PNUMA, 2003.

cluir que la sociedad occidental ha tenido éxito en implantar su modelo en todo el mundo dando origen a la actual sociedad consumista, en la cual se produce un sobredimensionamiento del subsistema de los bienes y, obviamente, un subdimensionamiento de lo que son las necesidades y los satisfactores. Una sociedad en la cual el exceso de bienes nos va embotando tanto desde el punto de vista valorativo como desde el punto de vista emocional.

La riqueza es entendida aquí como posesión de bienes, en cuanto se refiera a una mayor disposición relativa de bienes y servicios. Por el contrario, pobreza es equivalente a ausencia o privación de bienes.

Pero este modelo social ha generado una nueva enfermedad, el consumismo que recorre toda nuestra cultura. Nuestra cultura en su desarrollo profundamente materialista va acelerando cada vez más los procesos mediante los cuales se introducen nuevos productos, ello al precio de generar permanente obsolescencia y desechabilidad. Si bien la permanente innovación y creación es necesaria en toda sociedad humana, ella no puede ser al costo de una tan profunda destrucción ambiental, cultural y moral como acontece actualmente. Pues esto hace del modelo consumista el parámetro de la elección social, lo que le encierra en un parámetro material que reduce la elección moral a la elección material.

Hay una especie de norma moral referida al consumo que exige dar cuenta lo antes posible del deseo. Parte importante del mensaje publicitario se orienta a generar deseos en forma casi compulsiva, de modo tal que si éste se hace presente ante la conciencia, genera una sensación de vacío e incluso casi de dolor mientras no sea satisfecho. Pero ello va contra el

propio proceso de humanización. Es decir, nuestra humanidad requiere imprescindiblemente para su constitución de la postergación en la satisfacción del deseo. El niño recién nacido siente hambre y llora.

El proceso de humanizar a ese animal humano, «desanimizándolo», consiste en socializarlo, en educarlo, de modo que este ser aprenda a distinguir su deseo de su satisfacción, la cual no puede ser inmediata. La articulación de la identidad de ese ser es un proceso en el cual aquél va reconociendo la necesidad de diseñar estrategias adaptativas que le permitan dar cuenta de su deseo. En todo ese proceso se ha ido progresivamente infiltrando la dimensión temporal. La estrategia de satisfacción del deseo demanda un primer y previo aprendizaje: «no es posible obtener nada inmediatamente, todo requiere de un tiempo».

Nuestra cultura, por el contrario, nos impulsa a consumir más y más compulsivamente, a dar cuenta en forma inmediata e instantánea de cualquier deseo surgido. La sociedad consumista actual ancla su existencia en la producción industrial de bienes de consumo masivo: bienes que requieren ser permanentemente desvalorados y desechados, para así continuar creando nuevos bienes que los sustituyan.

Este tipo de sociedad posee en su naturaleza un carácter excluyente que hace que sólo pueda ofrecer beneficios que se sustentan en el *juego suma cero*: si alguien gana es porque otro lo pierde. Muchos bienes durables e incluso bienes de capital, por la propia lógica interna de este sistema social, son transformados de bienes que proveen calidad de vida o riqueza mediante la creación de nuevos bienes, en males, ya que son transformados en chatarra o basura (valor social negativo), constituyéndose en una carga para el ambiente.

La sociedad de consumo masivo ha ido transformando de una manera radical los valores propios de otras sociedades. Ha destruido los valores de la cooperación y de la convivialidad, ha destruido los valores de la solidaridad y de la fraternidad. Ha fomentado el individualismo extremo y una suerte de consumismo patológico, lo cual ha comenzado a comprometer incluso el futuro. Se ha producido en los años recientes una profunda mutación cultural desde una «sociedad frugal» a una «sociedad consumidora». Se ha aprendido a malgastar, a usar y tirar las cosas, a sentirse insatisfecho incluso con el último modelo de automóvil y a anhelar el nuevo modelo.

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

La sociedad del crecimiento ilimitado, que en su anverso constituye la sociedad consumista de tal crecimiento, supone un principio que se ha demostrado irreal: que el crecimiento «se filtrará» hacia las clases más pobres que, así, podrán acceder al consumo que satisfará sus necesidades. Pero hace tiempo que se ha comprobado que los altos índices de crecimiento económico por sí mismos no están resolviendo los problemas sociales y humanos más importantes, incluso los más urgentes, además de haber ido acompañado en muchos países de paro y de deterioro de las condiciones de vida.

¿Cuál es la cuestión que está detrás de esta situación? Pues que el crecimiento continuo y su anverso, el consumo ilimitado como satisfactor de los deseos, que no de las necesidades, no se refiere a la calidad de vida, sino al llamado «nivel de vida» que se equipara al consumo material, que es el que requiere el crecimiento continuo para una progresión del nivel de vida. Pero esto lleva a disponer y consumir bienes que no son necesarios, salvo por la identificación de necesidad con deseo, y a derrochar recursos, lo que acaba induciendo una degradación de la «calidad de vida» (del aire que respiramos, de la comida que comemos, de las relaciones sociales que forman el tejido de nuestras vidas, de la participación de todos en el ejercicio de sus derechos...). Lo que, además, implica una utilización de recursos naturales sin atenerse a sus límites, lo que contribuye al agotamiento de los recursos naturales del planeta.

Así, pues, los valores que aparecen en los modelos económicos actuales en nuestra propia sociedad consumista son aquellos que pueden ser cuantificados asignándoles un valor monetario; por otra parte, limitan severamente el ámbito de las teorías económicas, pues excluye las distinciones cualitativas, que son de extrema importancia para entender las dimensiones ecológicas, sociales y psicológicas de la actividad económica, p.e.: la energía se mide sólo en kilovatios sin tener en cuenta su origen, no se hace distinción entre los bienes renovables y no renovables, los costes sociales de la producción se añaden como contribuciones positivas al PNB.

Pero, sobre todo, y como expresión más rotunda de su inadecuación como modelo social, niega la riqueza de la que los seres humanos somos portadores, los bienes abundantes. Es decir, en su identificación de necesidad con deseo, y en su

relación inmediata de deseo con los bienes con que dar cuenta inmediata del mismo, reduce todo a los bienes materiales con los que colmar los deseos. Para ello invisibiliza lo abundante y lo reduce todo a lo escaso para, así, justificar el continuo e ilimitado crecimiento de bienes materiales (4). Lo abundante, incluso, como puede (o podía) ser el aire, pasa a ser «económico» en cuanto se le reduce a escaso. Por ello, los bienes inmateriales, relacionales y espirituales de los que los seres humanos somos abundantes, como el afecto, el amor, la fraternidad, la solidaridad, la socialidad, la societalidad, la gratuidad, la capacidad de encuentro, de entendimiento y de organización, la confianza, la participación, la creatividad, etc., no son considerados recursos por no ser considerados «económicos» al no ser escasos. Hasta que escasea en una sociedad la propia capacidad de «cuidarnos», y entonces se «paga el cuidado» pasando a ser así un bien económico en tanto que tiene precio.

LA INVERSIÓN DE LA RELACIÓN PERSONA-BIENES: SÓLO EXISTEN LAS MERCANCÍAS

Por tanto, sólo existen las «mercancías», o sea, los bienes son considerados en tanto pueden ser «adquiridos» para su aplicación a los deseos, por lo que acaban siendo considerados bajo su aspecto «económico», que reduce el bien a su dimensión de coste para poder ser adquirido, o sea, a su precio, no a su valor. Esto lleva a que en la sociedad estructurada en torno al consumo ilimitado, en tanto sociedad consumista, sólo existen mercancías que se intercambian con su estricto

(4) Cf. RENES, V.: «Estructuras y Valores», en *Crisis de valores y de normas a finales del s. XX*. Madrid, Editorial PS, 2000.

valor mercantil. Ya no hay que estar de acuerdo con los valores simbólicos trascendentes (reciprocidad-amor; redistribución-justicia; intercambio-equidad); simplemente hay que someterse al juego de la circulación infinita y extendida de la mercancía para un consumo como fin en sí mismo.

Y este modelo está llamado a extenderse mucho más allá del campo del intercambio mercantil. Y por ello habrá que pagar un precio, a saber, la alteración de la función simbólica, donde ni la solidaridad, ni la cooperación, ni la socialidad, ni la societalidad, ni el conjunto de los bienes inmateriales, relacionales, espirituales, podrán ser parámetros de sociedad. Y es que la estética del mercenario lleva las de ganar respecto a la ética del futuro. O sea, todo se sacrifica a la tiranía de lo urgente, de lo inmediato, que es el ritmo y el tiempo del consumo de la mercancía, y no se aceptan esquemas de trabajo de gratificación diferida.

Se han trasmutado los valores societales que estructuran una sociedad, pues se acaban trasmutando los valores del «bienestar», de la «asociación», de la «solidaridad», que son conceptos que han perdido su referencia en tanto su sentido venía de asegurar colectivamente los riesgos de la existencia social a través de la solidaridad del conjunto social (5). Ahora se busca el bienestar particular; la solidaridad y el asociacionismo corporativo en tanto forma de aseguramiento individual de los deseos (igualados a necesidades) que han quedado fragmentados por grupos y estratos de poder social, a través de los cuales los individuos que pueden adquirirlos los consiguen y, así, pueden disfrutar de su poder de compra.

(5) Cf. RENES, V.: «Sociedad de consumo»; en *Dios o el Dinero*, X Congreso de Teología, Madrid, 1990.

Hay un problema de fondo en el modelo de estructuración social que deviene de las opciones del consumismo y de la mercantilización de la sociedad, y es que se construye sobre fuerzas que se repelen. Es decir, dado que la fuerza estructuradora prevalente es la mercancía y el consumo de la misma, y que, por ello, su instrumento es el mercado, el tejido social es un tejido sin sujeto, pues el mercado intercambia objetos y los objetos están desimbolizados, sólo son mercancías para su uso inmediato que en el acto mismo de ser usadas se consumen y necesitan su reposición para ser usados y, por ello, consumidas nuevamente, lo que les pone en un círculo de retroalimentación «consumista» sin fin.

El «ser social», el «vivir social», que esta sociedad constituye, se identifica y se define desde nuevos referentes socio-culturales; o sea, desde una conciencia de aseguramiento individual del acceso a los bienes-objetos que necesita consumir para satisfacer sus deseos. Con ello los individuos quedan convertidos en «mónadas» sociales cuyo signo de identidad es su pretensión de diferenciarse de los que no se han salvado de la crisis de la sociedad del consumo de la mercancía. Y va introduciendo una nueva comprensión del bienestar desde la apropiación individual del mismo, y la «salvación» de cuerpo, el corporativismo, como sentido de lo asociativo.

El «bienestar» social ha pasado a ser entendido como algo que el individuo se apropia, de forma particular; y no como la garantía de los derechos sociales desde el acceso a bienes y servicios generales, por lo que la garantía de su disfrute está en la capacidad de su apropiación, de la apropiación de los objetos de consumo con los que el bienestar se identifica. De ahí el lógico reverdecimiento de lo privado-individual enfrentado a lo común-societal.

Desde este ajuste en el propio concepto de bienestar, hay que entender el sentido actual del «asociacionismo» como elemento de defensa del «status» privado de apropiación del bienestar, no el de la colectividad. El asociacionismo ha pasado a ser yuxtaposición de individuos afectos al mismo poder social (corporativismo). Así, pues, se están produciendo graves trasmutaciones: la confusión de la defensa de la solidaridad social con la defensa de los «intereses» de cuerpo, y la confusión de la sociedad participativa con la iniciativa individual.

ANTROPOLOGÍA Y CONSUMISMO

El cambio radical en el juego de las relaciones que genera la prevalencia de la mercancía produce una verdadera mutación antropológica, pues nuestra condición humana, nuestro ser-en-el-mundo, están siendo obligados a quedar religados a la capacidad de adecuarse a los flujos siempre cambiantes de la circulación de la mercancía, o sea, de los objetos de consumo.

En definitiva, lo que la sociedad consumista da de sí es la configuración de un hombre nuevo. Pero para ello no se ha planteado una gran batalla contra los antiguos símbolos por unos nuevos. Simplemente se ha limitado a introducir un nuevo estatuto del objeto, definido como simple «mercancía», esperando que los hombres se trasformarán durante su adaptación a la mercancía.

Lo que se acaba fabricando es un nuevo sujeto, un sujeto a-crítico, precario, psicotizado ante los ídolos o símbolos nuevos del mercado y del consumo de objetos, mercancías que le dan el ser; abierto a todas las conexiones mercantiles y a todas las fluctuaciones identitarias. Todo debe entrar en la esfera

de la mercancía, incluidos los mecanismos de la subjetivación, lo que desde un nivel de antropología filosófica se puede entender como una religación del ser humano al objeto, en tanto representa lo que se desea y a lo que aspira, así como simboliza lo que le salva; una religación ¿religiosa? (idolatría). ¿Qué valor posee este sujeto?

Más es igual a mejor. En nuestra sociedad del crecimiento y del consumo ilimitados, la suma se ha convertido en el parámetro fundamental, según el axioma de que más es igual a mejor. De modo que la cantidad es la que valida la calidad. Y a ello se debe sacrificar lo demás. Crecimiento del consumo que, sin otra lógica, se identifica con bienestar.

Por tanto, se confronta con la satisfacción de las necesidades como criterio, y relega, olvida, incluso desprecia, abordar la des-integración y la exclusión como cuestión que debería estructurar las decisiones, por lo que acaba constituyendo el conflicto en torno a la cohesión social como problema económico, social y político número uno (no planteado ni abordado).

El precio como la medida del valor. Todo lo que no es validado por el mercado, por su productividad, por su rentabilidad y competitividad, debe ser rechazado. De ahí deviene la concurrencia como el valor fundamental. Y eso sin límite; o sea, si la competitividad necesaria para ser validada por el mercado se basa en expolios de la naturaleza o en la explotación de las personas, no se considera como cuestión relevante. La cuestión es la prevalencia ante el resto de «oponentes» o competidores en el mercado. Y, lo que es más sangrante, esto queda legitimado por su contribución al P.I.B., es decir, al crecimiento y, desde ahí, pretendidamente al bienestar, por lo que el bienestar queda significativamente reducido a los ele-

mentos mensurables, a los objetos y, finalmente, a su precio, sin que se considere necesario que habría que contabilizar todos los destrozos, en personas y naturaleza, realizados para ello como deseconomías, como no-bienestar.

Sin sujeto social. Identificado crecimiento material y disponibilidad de objetos de consumo con bienestar; la cuestión es quién es el sujeto social. Y la respuesta es, sistemática y metódicamente, el individuo. El individuo, sin ninguna connotación a «los otros», es lo único que se considera real; el resto se considera fabulaciones. Por sí mismo, el individualismo sospecha de los demás como de potenciales enemigos de «su» bienestar; lo que no es sino la traducción social y cultural de la concurrencia como ley básica de la economía, trasladada a ley de la sociedad.

Por tanto, se confronta con la sociedad a la que despoja de otros referentes antropológicos y sociales, lo que constituye un fundamento enfermizo para una sociedad, pues desde el individualismo metodológico se sospecha y recela; o sea, se construye una sociedad infeliz y ansiosa, e injusta, pues acapara lo que no necesita despojando de ello a otros en su afán de cubrir su angustia con las cosas.

En todo ello se ha producido una grave trasmutación antropológica y social que ya hemos analizado en otros momentos (6). Y esta trasmutación se puede denominar como «alienación». «La alienación se verifica en el consumo cuando el hombre se ve implicado en una red de satisfacciones falsas y superficiales, en vez de ser ayudado a experimentar su perso-

(6) «Pobreza y procesos sociales», en CORINTIOS XIII, n.º 72 (1994), págs. 34-37; «El mundo que habitamos», en CORINTIOS XIII, n.º 76 (1995), págs. 40-42.

nalidad auténtica y concreta» (CA 41). En la inversión de relaciones que se produce en la antropología del consumismo, el tener empobrece al ser humano (SRS 28). ¿Por qué? Si nos atenemos al concepto antropológico de pobreza/riqueza, tendremos que el ser humano se enriquece cuando los bienes se asocian al ser. Pero, para ello, el bien debe potenciar el ser; o sea, debe utilizar satisfactores (7) que promuevan la potencialidad de las necesidades humanas. Y el ser humano se empobrece cuando, en la posesión y aplicación de bienes a la satisfacción de las necesidades, los bienes no se asocian al ser; sino que «se tienen», por lo que el ser es poseído por los bienes, por los objetos, pues el resultado es que es el tener el que «se apropia» del ser.

Esta forma de alienación adopta dimensión social como modelo acorde al cambio antropológico generado. «Se aliena el hombre que rechaza trascenderse a sí mismo y vivir la experiencia de la autodonación y de la formación de una auténtica comunidad humana, orientada a su destino último, que es Dios. Está alienada una sociedad que, en sus formas de orga-

(7) «En la sociedad occidental se ha superado la explotación, al menos en las formas analizadas y descritas por MARX. No se ha superado, en cambio, la alienación en las diversas formas de explotación, cuando los hombres se instrumentalizan mutuamente y, para satisfacer cada vez más refinadamente sus necesidades particulares y secundarias, se hacen sordos a las principales y auténticas, que deben regular incluso el modo de satisfacer otras necesidades. El hombre que se preocupa sólo o prevalentemente de tener y gozar; incapaz de dominar sus instintos y sus pasiones y de subordinarlas mediante la obediencia a la verdad, no puede ser libre. La obediencia a la verdad sobre Dios y sobre el hombre es la primera condición de la libertad, que le permite ordenar las propias necesidades, los propios deseos y el modo de satisfacerlos según una justa jerarquía de valores, de modo que la posesión de las cosas sea para él un medio de crecimiento» (CA 41).

nización social, de producción y consumo, hace más difícil la realización de esta donación y la formación de esa solidaridad interhumana» (CA 41).

De modo que la clausura antropológica que produce la apropiación del ser por el tener es una clausura societal. O sea, la incapacitación para la dimensión social clausura la relación con el tú (al «otro») como parte del propio yo, y «cierra» la trascendencia al «OTRO» como fundante del «nosotros», lo que condicionará la solidaridad interhumana no sólo como sentimiento de los males ajenos, sino como firme determinación y compromiso por el bien común, por la justicia y por la equidad. Lo que definitivamente le clausura a las dimensiones de la caridad, del Amor:

EL CONSUMO Y SUS PATOLOGÍAS EN TIEMPOS DE GLOBALIZACIÓN

JOSEP F. MÀRIA I SERRANO

Jesuita. Doctor en Ciencias Económicas
Miembro de Cristianisme i Justícia
Profesor de ESADE

INTRODUCCIÓN

Consumir es una actividad humana compleja. En efecto, el acto de consumo implica, por una parte, a personas que buscan satisfacer necesidades de diversa naturaleza por medio de la compra de ciertos bienes o servicios; y por la otra, a empresas que producen estos bienes o servicios e intentan venderlos en contextos de mercado, es decir, bajo presión de la competencia.

Consumir es comprar comida para satisfacer el hambre, o ir al cine un sábado para satisfacer un tipo de «necesidad» muy diferente que el hambre. Y además, estos actos tan diversos en su naturaleza se realizan en un contexto de mercado: en que las «necesidades» de los consumidores se encuentran con los bienes o servicios ofrecidos por las empresas.

Esta complejidad se acentúa en los tiempos actuales, marcados profundamente por el fenómeno de la globalización. Comprendemos la *globalización* como un proceso de interconexión financiera, económica, social, política y cultural que se

ha acelerado últimamente y que ha sido aprovechada principalmente por instituciones y actores económicos: grandes empresas y mercados financieros (1).

La «delanterera» que llevan los actores económicos en la globalización ha generado cambios en otras esferas de la vida social. En concreto, en la esfera cultural se han introducido cambios en las pautas de consumo... y muy específicamente en las prácticas vinculadas al tiempo libre.

Además, el crecimiento económico asociado a la globalización ha complicado los *problemas ecológicos* y ha acentuado las *desigualdades entre ricos y pobres* a nivel planetario (2).

Con todo, para profundizar en los problemas que genera hoy el consumo, tenemos que comprender primeramente el significado de dicho acto. Es lo que haremos en el apartado 2 («Análisis del consumo»).

Posteriormente, analizaremos los principales problemas, disfunciones o *patologías* del consumo, aplicándolas a los países ricos (apartado 3) y a los países pobres (apartado 4). En relación con estos dos apartados, señalamos, en primer lugar, que las patologías descritas son *comunes a los países ricos y a los pobres*: porque ricos y pobres comparten en cierto grado los mismos problemas. Pero algunas patologías afectan pro-

(1) Cf. MÀRIA, J. F.: «Dimensions de la globalització», en: COORDINADORA CATALANA DE FUNDACIONS, *Societat civil i globalització*, Barcelona, diciembre, 2003, n.º 30, pág. 20. Las cursivas están en el original catalán.

(2) Para algunos datos referidos al crecimiento económico y la evolución de la desigualdad en los últimos años, cf. MÀRIA, J. F.: *La globalización. Ah, sí... una maravillosa excusa para muchas cosas*, Cuadernos «Cristianisme i Justícia» n.º 103, Barcelona, 2001, págs. 8-9.

porcionalmente más a los países ricos, y otras proporcionalmente más a los países pobres. Por decirlo brevemente: en los países ricos el principal problema es que se consume demasiado y mal, mientras que en los países pobres el problema es que se consume demasiado poco. En segundo lugar, queremos poner de relieve que hemos decidido hablar de *patologías del consumo*, conscientes de que dichas patologías se aplican a veces a las personas (convirtiéndose en patologías del *consumidor*: como las adicciones) y a veces a otras realidades (como el deterioro ecológico, que se aplica al medio ambiente).

Para terminar, en las «Consideraciones finales» (apartado 5) resumimos nuestro recorrido; apuntamos orientaciones para combatir las patologías a las que nos habremos referido a lo largo del escrito; y comprendemos el consumo como una oportunidad para construir vidas más humanas y sociedades más justas en el contexto de un mundo globalizado.

2. ANÁLISIS DEL CONSUMO

a) Exigencias humanas en la sociedad

Para comprender las diversas dimensiones del acto de consumo, es necesario profundizar en la estructura del ser humano, que está marcado por diversas «carencias», «dependencias» o «exigencias». En concreto, comprendemos que existen tres tipos de exigencias inscritas en el ser humano y que éste satisface en el seno de la sociedad:

- Las necesidades de *supervivencia material*. Las principales son comer, vestirse y cobijarse. Estas necesidades gene-

ran la emergencia de la tecnología y de las diversas formas de actividad económica, que pretenden someter la naturaleza para calmar estas necesidades.

- Los deseos de *convivencia*, de vida en común con otras personas. Estos deseos originan la existencia en las sociedades humanas de grupos sociales y de formas de organizar el poder.
- La búsqueda de *sentido* de la vida. Además de la supervivencia material y de la convivencia, existe en cada ser humano la exigencia de conferir sentido a su propia vida comprendiendo y valorando la realidad y lo que está más allá de dicha realidad (lo trascendente, el sentido último...) mediante sistemas científicos filosóficos, religiosos o artísticos: mediante la cultura.

De hecho, las tres exigencias conviven en el interior de las personas y se entremezclan, especialmente porque la búsqueda de sentido se extiende a todas las acciones que realiza la persona. Cuando buscamos «el sentido de la vida», a menudo incluimos el sentido de nuestro trabajo (que sirve para nuestra supervivencia material y configura nuestra convivencia); buscamos formas «refinadas» (además de sanas) de alimentarnos; buscamos formas elegantes (además de confortables) de vestirnos; buscamos formas bellas (además de útiles) de protegernos del tiempo al construir una casa... Y, a la inversa, cuando realizamos, en el seno de la sociedad, actos vinculados con la satisfacción de necesidades materiales o con la convivencia humana, de hecho se están configurando en nosotros una visión del mundo y unas pautas de valoración de lo que es bueno y lo que es malo.

Es en este contexto, definido por las tres exigencias humanas y las dinámicas complejas que generan en las persona que

busca satisfacerlas en el seno de la sociedad, en el que situamos el consumo.

En concreto, comprendemos el *consumo* como una de las formas de satisfacer las tres exigencias humanas señaladas, caracterizada por la adquisición de bienes o servicios en un contexto económico de mercado. Desarrollemos ahora esta definición.

b) Satisfacción de diversas exigencias

Aunque en principio asociamos el consumo con la satisfacción de necesidades de supervivencia («comprar cosas necesarias»), un análisis detallado de los diversos tipos de consumo nos lleva a afirmar que *el consumo satisface no sólo las necesidades de supervivencia material, sino también, en parte, los deseos de convivencia y la búsqueda de sentido.*

En relación con las *necesidades de supervivencia*, consumir es comprar bienes o servicios que nos permiten comer, vestirnos, alojarnos, etc. Con todo, y tal como hemos afirmado más arriba, en el mismo acto de consumo se satisface la necesidad material, pero también se ejercita la convivencia y se busca el sentido de la vida. Por ejemplo, una pareja que busca casa o piso para independizarse está buscando un cobijo, pero al mismo tiempo está eligiendo *más o menos conscientemente* un tipo de convivencia (opciones de barrio, pueblo-ciudad...) y un tipo de sentido de la vida (más espacio a lugares comunes o más a habitaciones individuales...). También pasa que una persona que sistemáticamente va a comer a un determinado tipo de restaurante en vez de ir a otro o de cocinar en casa, está satisfaciendo la

necesidad de alimentarse, pero al mismo tiempo configura *más o menos conscientemente* sus relaciones sociales y su sentido vital.

Hay otros tipos de consumo que tienen que ver con la satisfacción *directa de exigencias de convivencia y de sentido*. Especialmente en sociedades desarrolladas, una parte creciente de consumo se destina a bienes o servicios relativos al tiempo de ocio: un tiempo en que entran fuertemente en juego pautas de conducta relativas a la convivencia o al significado de la vida. En nuestro tiempo libre, la mayoría de habitantes de países ricos nos dedicamos:

- a actividades que no implican consumir: cantar, pasear, charlar, educar a niños, visitar enfermos, reflexionar, rezar..
- a actividades de consumo: ir al cine, alquilar y ver películas, comprar y leer libros, comprar y escuchar discos, hacer turismo, «ir de tiendas», etc.

Estas actividades conforman, más o menos conscientemente, nuestra forma de convivir; nuestra visión del mundo y nuestros valores.

c) Compra en el mercado

Pero el acto de consumo implica satisfacer exigencias personales *comprando bienes y servicios producidos en el mercado*.

En primer lugar, el acto de compra implica que nuestro consumo está limitado por los recursos financieros de que disponemos. La pareja que busca piso a la que hemos hecho re-

ferencia más arriba, decidirá un tipo de barrio u otro, y un tipo de piso u otro, no sólo condicionada por su ideal de barrio o de distribución interior del espacio, sino también condicionada por el precio del piso.

En segundo lugar, el marco de mercado implica que el consumo es orientado por la acción de empresas que operan en condiciones de competencia. En un contexto competitivo, las empresas desean vender sus productos y obtener beneficios. Por ello, establecen una conexión racional entre la inversión en publicidad y el aumento de las ventas... sin tener a veces en cuenta otras conexiones que se pueden establecer entre la publicidad y los efectos que dicha publicidad puede inducir en las formas de vida de los destinatarios de dicha publicidad.

d) Un análisis complejo

El consumo se encuentra, pues, en la encrucijada de diversas tensiones:

- la tensión entre las diversas exigencias inscritas en el ser humano: exigencias que se traducen en demandas diversas de bienes y servicios;
- la tensión entre el individuo y la sociedad, que supone que el individuo no siempre es dueño consciente de sus decisiones;
- la tensión entre el individuo como consumidor y las empresas productoras de los bienes o servicios que darán concreción a las exigencias de dicho individuo.

3. PATOLOGÍAS DEL CONSUMO EN PAÍSES RICOS

Las tensiones a las que está sometido el ser humano en relación con el consumo generan disfunciones o patologías en él. Vamos a exponer ahora algunas de estas patologías, que son comunes a todo el planeta, porque vivimos en un mundo en que hay ricos y pobres en todos los países. Pero en los países ricos (en los que la mayoría tiene asegurada la necesidad de supervivencia) son más acuciantes ciertas patologías, y en los pobres (con niveles insuficientes de consumo y mentalmente más distantes del origen de los productos culturales globales) son más urgentes otras. Tal como hemos adelantado más arriba, en general podemos afirmar que las patologías del consumidor en los países ricos se concretan en consumir demasiado y mal; y en los países pobres dichas patologías consisten en consumir demasiado poco.

En efecto, en los países ricos, las patologías del consumo se relacionan con el hecho de que la satisfacción de las necesidades de supervivencia está asegurada para una gran mayoría de la población, sea gracias a rentas derivadas del trabajo o del ahorro particular; sea gracias a ayudas del Estado. Con todo, hay pobreza (y, por tanto, subconsumo) en dichos países: por ejemplo, actualmente más de cien millones de personas en países industrializados carecen de hogar (3).

(3) «El IPH-2 [Índice de Pobreza Humana aplicable a países industrializados] revela de manera concluyente que el subconsumo y la privación humana no son sólo el destino de los pueblos pobres del mundo en desarrollo. Más de cien millones de habitantes de países ricos sufren una suerte semejante. De casi doscientos millones de personas no se espera que sobrevivan hasta la edad de sesenta años. Más de cien millones care-

Señalamos tres realidades que pueden ser causa de patologías en este grupo de países: la publicidad, las marcas y los productos del sector del entretenimiento. Deseamos puntualizar que las patologías que pueden inducir dichas actividades dependen tanto de las realidades como de la situación del sujeto que se expone a ellas.

a) La publicidad

Todo acto de consumo, incluso cuando se vincula a la satisfacción de necesidades materiales, es un acto que transfiere sentido (visiones de la realidad, valoraciones) al consumidor. Con todo, nos parece razonable suponer que, en relación con dichas *necesidades de supervivencia material*, un acto de consumo no patológico es el que establece una *conexión racional* entre el bien consumido y la necesidad material que el bien va a satisfacer.

Sin embargo, cuando la conexión racional se minimiza o casi desaparece, la satisfacción que ofrece el objeto se reduce en el tiempo. Lo que pasa a producir una momentánea satisfacción es más el acto de compra que la utilidad o el disfrute intrínseco de lo adquirido. Ello obliga al consumidor, sea a aumentar la frecuencia del acto de consumo, sea a buscar estímulos mayores en dicho acto. Nos hallamos entonces ante la *adicción al consumo*. Este tipo de adicción (como todas las adicciones) puede generar desequilibrios en el presupuesto

cen de hogar. Y por lo menos treinta y siete millones no tienen empleo, y con frecuencia experimentan una situación de exclusión social». PNUD, *Informe 1998*, Mundi-Prensa, Madrid, 2.

del consumidor y, además, despilfarro o aceleración de la obsolescencia, dado que los objetos se usan durante un tiempo menor a su tiempo útil.

En este sentido, ciertos tipos de publicidad pueden influir en el debilitamiento de la «racionalidad» del acto de consumo y, por tanto, en el reforzamiento de una adicción.

En efecto, la *publicidad* es una actividad económica y artística que tiene por finalidad, en un contexto de mercado libre, dar información al consumidor para que escoja el producto más adecuado a sus necesidades, y al precio más barato. Pero ciertos tipos de publicidad fomentan, más que la *información* sobre la utilidad del bien o servicio, la *seducción* al consumidor. Por ejemplo, el esquema narrativo de muchos anuncios televisivos consiste en una brevísima historia en la que el protagonista sale airoso de la situación conflictiva en que se encuentra, gracias a la posesión del bien anunciado. A veces, la situación de conflicto del protagonista del anuncio no es aquella en que se encuentra en realidad el espectador; sino aquella en la que le sitúa el publicista, y aquella en que desearía situarse el espectador. El típico ejemplo es el de los anuncios de coches en que el protagonista es un varón en una situación llena de «glamour» y el coche se asocia, finalmente, a la «conquista» de un copiloto femenino atractivo.

Pero este tipo de esquema narrativo no conecta de forma realista el bien a comprar con las necesidades del consumidor: justamente porque arranca al consumidor de su situación real de necesidad y lo transporta a una situación ideal en que él desearía situarse. Y así se debilita la conexión del acto de consumo con la necesidad que se debería cubrir. Tras unos centenares de impactos publicitarios diarios, el espectador se siente casi irresistiblemente empujado a comprar un coche

nuevo, aunque el que tenga le funcione perfectamente y el nuevo no tenga prestaciones que, objetivamente, supongan una mejora respecto al anterior:

El problema de este tipo de publicidad es que el debilitamiento de la conexión entre exigencia y bien económico puede debilitar la psicología del consumidor; el cual es susceptible de devenir vulnerable, no sólo a la adicción al consumo, sino a otros tipos de adicción (4).

Apuntamos aquí brevemente que en Occidente las adicciones, sean químicas o sociales, están creciendo de forma significativa. En enero de 2000, un estudio de la Comisión Europea revelaba que el 33% de los adultos europeos y el 46% de los jóvenes eran adictos al consumo. La adicción se valoraba en distintos grados: entre «leve o moderada» e «importante» (5). En abril de 2001 saltaba la noticia de que el consumo de alcohol entre las jóvenes españolas había aumentado un 13% en los dos años an-

(4) De hecho, la publicidad puede actuar con fuerza en las decisiones de consumo de los ciudadanos porque en las vidas cotidianas de éstos están entrando en crisis *las tradiciones como formas de justificar la conducta*. En efecto, Anthony Giddens afirma que, con la llegada de la globalización, en los países occidentales la vida cotidiana se está desprendiendo de las tradiciones, entendidas como formas poco reflexivas (en tanto que «heredadas» o «transmitidas por los mayores») de hacer cosas cotidianas y repetidas. Hoy los medios de comunicación nos ponen en contacto con formas diversas y lejanas de vivir lo cotidiano. Y entonces ponemos en duda estas «tradiciones». Pero a veces, ante la desorientación e inseguridad que provoca la caída de las tradiciones, en vez de sustituirlas por actos libres o autónomos, las acabamos sustituyendo por actos adictivos: porque ser creativo en cada ocasión no es fácil ni relajante. Cf. GIDDENS, A.: *Un mundo desbocado*, Madrid, Taurus, 2000, págs. 49 ss.

(5) Cf. *La Vanguardia*, 3-3-2000.

(6) Cf. *El País*, 17-4-2001.

teriores (6). Y parece que la última epidemia de adicciones sociales es Internet, que genera una adicción puente entre la adicción al trabajo y la adicción al juego, y que opera además como vehículo para otras actividades adictivas como el consumo, el juego de azar, el videojuego o la pornografía (7).

b) Las identidades de marca

Una segunda realidad susceptible de inducir patologías en los consumidores es la que consiste en conceder, en la decisión de consumir, un peso central a un producto por su marca.

Ciertamente, algunas marcas son garantía objetiva de calidad de los productos que las ostentan. Sin embargo, también es cierto que algunas empresas explotan más, en publicidad, su imagen de marca que las características objetivas de sus productos. Con lo cual, el consumidor puede acabar desconectando la marca de las cualidades del objeto con el fin de obtener de dicho objeto una «satisfacción» diferente de la que el objeto sin marca puede proporcionarle. Esta satisfacción, que va más allá de la conexión racional entre el bien y la necesidad material, se sustenta en el significado simbólico que el consumidor atribuye a la marca. Dicho significado opera a veces por la vía de la «invitación» al consumidor a formar parte del «club de privilegiados» que posee y luce un producto

(7) Cf. ALONSO-FERNÁNDEZ, F.: «La plaga de las adicciones sociales», *El País*, 2-5-2000.

(8) En un artículo de *Le Monde* de 2001, se constata que desde mediados de la década de los 90 las empresas de publicidad están virando desde la promoción de productos a las de marcas. «Sur le fond, certaines marques ne sont rien d'autre que des méthodes démbriagademets qui nóffret d'autre valeur ajoutée que le fait d'appartenir à un clan ou un club»-déclare... un acteur du marche» («Les attaques contre les marques inquiètent les entreprises», 10 de mayo).

de dicha marca (8). Por tanto, en parte, la marca está vendiendo *identidad*. Además de ser un acto económico que cubre una necesidad, el consumo deviene un acto cultural.

Es oportuno señalar que las identidades construidas en base a marcas se construyen, no en base a los propios proyectos vitales («soy socialista, soy creyente de tal religión, soy un deportista, soy un buen profesional de la prensa...»), sino por comparación: «yo soy porque soy más que el vecino; y soy más que el vecino porque tengo más que el vecino». Pero entonces, la dinámica ilimitada del deseo (no limitada por la conexión entre la necesidad material y el objeto útil) puede llevar a una espiral de comparaciones que induce al consumo de más y más productos de marca. Estas comparaciones se pueden realizar con el vecino, con el compañero de clase o de trabajo, con los parientes o con los amigos: es lo que algunos especialistas en consumo llaman *to keep up with the Joneses* (9) («estar a la altura de los Rodríguez», podríamos traducir libremente). Pero cuando los medios de comunicación nos llevan a casa las vidas y las pautas de consumo de «los famosos», entonces podemos acabar comparándonos también con ellos y aspirando a formas de consumo que generan frustración, especialmente entre las familias con menos recursos (10).

c) El sector del entretenimiento

Si nos centramos ahora en el consumo relativo al tiempo de

(9) Cf. SANSANEDAS, O.: «L'efecte Diderot», *Avui*, 2-7-1998.

(10) «Y aumentan las presiones en favor del gasto competitivo. En lugar de tratar de alcanzar el nivel de consumo de un vecino, se trata de alcanzar el estilo de vida de los ricos y famosos presentados en el cine y en los espectáculos de televisión», PNUD, *Informe 1998*, Mundi-Prensa, Madrid, 7.

ocio, es importante señalar que una parte importante del tiempo de ocio está hoy dedicada a consumir productos que provienen del llamado sector del entretenimiento (Entertainment Industry). Este sector, que produce películas, videojuegos, música en sus diversos soportes, programas de noticias, parques temáticos, revistas u otros bienes de ocio, está dominado por grandes empresas, en su mayoría norteamericanas (11), aunque en el sector del cómic infantil son fuertes las japonesas, y en el de las telenovelas también son fuertes las latinoamericanas y las indias. Nos hallamos, pues, ante *productos de consumo global*...

Creemos lícito señalar algunas patologías o disfunciones que se pueden dar en los consumidores de dichos productos culturales. Las disfunciones se puede producir por dos razones:

En primer lugar, porque se trata de *productos culturales de masas*. Dado que tienen que «ser comprados» por la mayoría de públicos de distintos países, sus creadores suelen ofrecer argumentos «que distraigan» y fáciles de comprender. De ahí que en las historias que se cuentan aparezcan a menudo *valores simplificados*, como la división maniquea entre buenos y malos; relaciones de pareja románticas y poco realistas; personas que superan situaciones conflictivas por la fuerza y no por el diálogo; o personajes motivados principalmente por conse-

(11) A fines de 1999, la cuota de mercado del cine de los EEUU en la Unión Europea (UE) era de entre el 54% y el 92%, mientras que la cuota de la UE en EEUU era sólo del 3%. El presupuesto de una película en los EEUU era de 4 veces el de una película de la UE, y el presupuesto de promoción en los EEUU era de 15 veces el de una película europea. Cf. MARTI, O.: «Europa reivindica su propia imagen», *El País*, 5-12-1999.

(12) J. Martín pone de relieve que, en estos productos de masas, las diferencias que aparecen son, en realidad, accidentales y esconden diferencias culturales o sociales profundas (Cf. MARTÍN, J.: «La globalización desde una perspectiva cultural», *Letra*, n.º 58, Madrid, 1998, pág. 16). Por ejem-

guir éxito (12). Nos preguntamos hasta qué punto estos valores simplificados están preparando a nuestros ciudadanos para la convivencia en unas sociedades occidentales cada vez más complejas: en sociedades multiculturales en que la tentación de identificar a los buenos con «los nacionales» y a los malos con los inmigrantes sólo lleva al conflicto o a la exclusión; en familias en que ambos cónyuges trabajan, con lo que su convivencia tiene que fundamentarse en pactos realistas y a veces «poco románticos»; en niños o adolescentes que, para socializarse de forma adecuada, tienen que aprender a asumir fracasos y no intentar el éxito a cualquier precio. En resumen: en países en que los cambios sociales, económicos y culturales generan necesariamente conflictos que sólo tienen salida mediante el diálogo y la renuncia, y no mediante la aplicación de la fuerza y la voluntad de triunfar individualmente.

La segunda razón por la que estos productos del sector del entretenimiento pueden generar disfunciones es porque en muchos países son *productos importados*. No todos los que escuchan canciones norteamericanas comprenden bien la letra, no todas las situaciones que se narran en películas de otro país corresponden a las situaciones que viven los espectadores del país que importa la película, etc. Estos problemas de adaptación cultural son especialmente delicados en el caso de los niños, que tienen menos instrumentos para realizar adaptaciones de dichos productos a sus situaciones personales, de

plo, en los celebrrones latinoamericanos no aparecen casi nunca diferencias sociales entre ricos y pobres, o diferencias profundas entre latinos e indígenas. Por otra parte, en el México que se visita en el parque temático catalán de «Port Aventura» (propiedad de la multinacional norteamericana Universal Studios) hay rancheras, comida mexicana y sombreros mexicanos, pero no aparecen mexicanos pobres ni uno sufre la violencia callejera que caracteriza la vida de México DF.

forma que el producto de consumo suponga una humanización de sus vidas. Un ejemplo de posible mala importación es una serie de dibujos para niños de origen oriental llamada «Chin Chan». El protagonista es un niño rebelde con sus padres, probablemente porque los sociólogos y pedagogos orientales han verificado que un problema serio de la infancia oriental es la excesiva sumisión de los niños a sus padres, y han impulsado la serie para poner remedio a dicho problema. Y así, Chin Chan se dirige a su madre llamándola «monstruo de culo gordo»... Pero en los países latinos, probablemente, muchos sociólogos estarán de acuerdo en que existen problemas de falta de autoridad (bien entendida) materno-paterna y de excesiva rebeldía de los niños. ¿Está «Chin Chan», pues, siendo un producto cultural adecuado para la formación en España o en Italia? (13).

4. PATOLOGÍAS DEL CONSUMO EN PAÍSES POBRES

a) El subconsumo

El *subconsumo*, o consumo insuficiente para satisfacer las necesidades de supervivencia de la persona, es una forma pa-

(13) Se habla de *globalización* como el fenómeno que consiste en la asimilación diferenciada de productos globales en un entorno local determinado. «... globalización... hace referencia a los *modos distintos en que cada cultura, y según rasgos propios de esas culturas, se reciben las manifestaciones y rasgos culturales que parecen tener una dimensión global*». Cf. MACCIONIS, J. J. y PLUMMER K.: *Sociología*, Prentice Hall, Madrid, 1999, pág. 121. El riesgo de la globalización es que puede producir efectos distorsionados o perversos, como en el caso descrito de Chin Chan.

tológica principalmente extendida en los países del Sur. En este sentido, en Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) señalaba en 1998 que en los últimos 25 años el consumo había crecido a una tasa de 6,1% en Asia Oriental; y a un 2,0% en Asia Meridional (en comparación con el 2,3% en los países industrializados). Con todo, los niveles de consumo son todavía insuficientes en Asia. Además, entre 1973 y 1998 el hogar africano medio ha *reducido* su consumo en un 20% (14).

El subconsumo en los países pobres es, pues, un problema realmente grave. Algunos datos más concretos en relación con necesidades básicas no cubiertas en los países pobres son los siguientes:

«De los 4.400 millones de habitantes del mundo en desarrollo, casi tres quintas partes carecen de saneamiento básico. Casi un tercio no tiene acceso a agua limpia. La cuarta parte no tiene vivienda adecuada. Un quinto no tiene acceso a servicios modernos de salud. La quinta parte de los niños no asiste a la escuela hasta quinto grado. Alrededor de la quinta parte no tiene energía y proteínas suficientes en su dieta. Las insuficiencias de micro-nutrientes son incluso más generalizadas. En todo el mundo hay 2.000 millones de personas anémicas, incluidos 55 millones en los países industrializados. En los países en desarrollo sólo una minoría privilegiada cuenta con transporte motorizado, telecomunicaciones y energía moderna» (15).

Pero el subconsumo se convierte, no en un problema, sino en un escándalo, cuando comparamos los niveles de con-

(14) Cf. PNUD, *Informe 1998*, Mundi-Prensa, Madrid, págs. 1-2.

(15) PNUD, *op. cit.*, pág. 2.

sumo de los ricos con los de los pobres:

«Las desigualdades del consumo son brutalmente claras. A escala mundial, el 20% de los habitantes de los países de mayor ingreso hacen el 86% del total de los gastos en consumo privado, y el 20% más pobre, un minúsculo 1,3%. Más concretamente, la quinta parte más rica de la población mundial:

- Consume el 45% de toda la carne y el pescado, y la quinta parte más pobre el 5%.
- Consume el 58% del total de la energía, y la quinta parte más pobre menos del 4%.
- Tiene el 74% de todas las líneas telefónicas, y la quinta parte más pobre, el 1,5%.
- Consume el 84% de todo el papel, y la quinta parte más pobre, el 1,1%.
- Posee el 87% de la flota mundial de vehículos, y la quinta parte más pobre, menos del 1%» (16).

Se trata, en conjunto, de cifras que señalan que la pobreza (traducida en niveles infrahumanos de consumo) persiste en una parte importante de la humanidad, y muestran también el escándalo de la desigualdad entre ricos y pobres hecho patente, en un mundo globalizado, en términos de diferencias en el consumo.

b) Consumo y fundamentalismo: Mc World vs. Jihad

Pero el subconsumo no es incompatible, en los países pobres, con el aumento en los deseos de consumir. El gasto en

(16) PNUD, *op. cit.*, pág. 2.

publicidad a nivel mundial ha crecido en los últimos años, y a un ritmo muy elevado en ciertos países en desarrollo. En la República de Corea, dicho gasto se triplicó entre 1986 y 1996; y en Filipinas aumentó en un 39% por año entre 1987 y 1992 (17). Esta presión sobre la población de países pobres está modificando el concepto de «necesidad», de manera que ciertos bienes que antes, en un país rico, se consideraban como de lujo, ahora, en un país en desarrollo, se consideran más necesarios:

«En el decenio de 1980 el Brasil, Chile, Malasia, México y Sudáfrica tenían dos a tres veces la cantidad de automóviles que tenían Alemania, Austria y Francia cuando tenían el mismo nivel de ingreso hace 30 años» (18).

Además, dicha presión significa en muchos casos el retroceso de valores y prácticas vinculados a formas tradicionales de vida en estos países. La sustitución de tradiciones por consumo puede generar reacciones *fundamentalistas*. En el fundamentalismo, un grupo social o conjunto de líderes se erige el guardián o único intérprete de «la tradición», e intenta (por medios más o menos

(17) Cf. PNUD, *op. cit.*, pág. 7. «...la publicidad aumenta a escala mundial, más rápidamente que la población o el ingreso. El gasto mundial en publicidad, según las estimaciones más conservadoras, asciende ahora a 435.000 millones de dólares».

(18) PNUD, *op. cit.*, pág. 6.

(19) La influencia de una determinada idea fundamentalista, o de un determinado grupo fundamentalista, varía dependiendo de diversos factores. En algunos países, esta patología cultural puede deshumanizar a grupos de personas que se someten (en diferentes grados) a la autoridad de líderes sectarios, y que intentan extender su influencia por medio de ciertos medios de comunicación o infiltrándose en partidos o grupos de presión. En otros países, el fundamentalismo puede llegar a articularse en partidos políticos que buscan acceder al poder por diversos medios: las elecciones libres, la revolución o el terrorismo.

democráticos) tomar poder para imponer, antidemocráticamente, su visión de la vida política y social (19).

El fundamentalismo es la reacción *no democrática* a la irrupción *no democrática* en culturas locales de formas diversas de consumir, de usar el ocio o de vivir (20). Benjamin Barber afirma que la cultura del consumo y del sector del entretenimiento (a la que él llama *cultura Mc World*) genera la reacción fun-

(20) Estamos de acuerdo con Anthony Giddens en considerar que el fundamentalismo no tiene que ver con *el contenido* de las creencias, sino con *la forma* como se sostienen dichas creencias. «El fundamentalismo no depende de lo que la gente cree, sino, como la tradición en general, de por qué lo creen y cómo lo justifican. No se restringe a la religión. Los guardias rojos chinos, con su devoción al *libro rojo* de Mao, eran, sin duda, fundamentalistas» GIDDENS, A.: *Un mundo desbocado*, Madrid, Taurus, 2000, pág. 61. Pero matizamos la confrontación que Giddens establece entre la irracionalidad del fundamentalista y la racionalidad de la cultura global. Según Giddens, «[El fundamentalismo] es tradición acorralada, tradición defendida a la antigua usanza —por referencia a su verdad ritual— en un mundo globalizado que pregunta los motivos» (*op. cit.*, pág. 61). Sin embargo, a nuestro parecer, el mundo globalizado entra en las culturas locales, no sólo por la vía de la racionalidad occidental sana (democracia, derechos humanos, derechos de la mujer...), sino también por la vía de la publicidad y del sector del entretenimiento... que «no preguntan razones», simplemente, seducen irracionalmente a la población.

(21) Cf. BARBER, B.: «La jihad vs. el Mc World», en: RUBIO CARRACEDO, J. y ROSALES, J. M. (eds.): *La democracia de los ciudadanos*, Suplemento I, Contrastes, 1996, págs. 31-40.

(22) «Es una ironía, pero ambas tendencias, la cultura local anti-universalista y la cultura global de Mc World operan visiblemente en un mismo país y al mismo tiempo. Los fanáticos iraníes tienen un oído conectado a los *mulás* que predicán la guerra santa y otro a las radiantes series de la televisión de Rupert Murdoch *Dinastía*, *Donahue* y *Los Simpson*, captados vía satélite (...). Durante años, los asesinos serbios en Adidas y al ritmo de la música de Madonna en sus *walkmen* han disparado alegremente contra los civiles de Sarajevo, muchos de ellos equipados también con Adidas y *walkmen*...». BARBER, *op. cit.*, pág. 32.

damentalista (a la que él llama *Jihad*) (21). Mc World contra Jihad... aunque a menudo conviven las dos en un mismo país, al mismo tiempo, e incluso en una misma persona (22).

McWorld y Jihad significan una articulación violenta de la relación entre lo global y lo local, y la violencia viene inducida por el hecho de que la globalización irrumpe en un ámbito local poco democrático y poco dialogante, más por la vía de la publicidad seductora o de los productos del sector del entretenimiento que por la vía de la propuesta de diálogo entre los derechos humanos y las formas culturales locales.

Las víctimas del fundamentalismo son la democracia y la autonomía personal: las personas (que sobreviven) llevan vidas marcadas por el miedo y la sumisión a otras personas. Y es que, tanto en los países ricos en que McWorld domina, como en los países pobres en que se establecen regímenes fundamentalistas como reacción a la invasión de McWorld, ni la democracia ni la libertad son respetadas (23).

En el límite del fundamentalismo está el terrorismo. Barber afirma que el terrorismo fundamentalista se cuela dramáticamente en los intersticios de la contienda entre McWorld y Jihad:

«El dilema de esta nueva era de interdependencia es cómo responder a una madre musulmana que teme a la vez que su hijo se quede fuera del milagro de la economía global moderna y muera en la pobreza y la vergüenza, y que su hijo sea incluido en el milagro de la economía global moderna y

(23) Para una presentación de la degradación de la sociedad civil por causa de la extensión de la cultura McWorld en Estados Unidos, cf. BARBER, B.: *Un lugar para todos: cómo fortalecer la democracia y la sociedad civil*, Barcelona, Paidós, págs. 77-102.

viva en la corrupción moral y la degradación espiritual. Los terroristas han crecido moviéndose en los intersticios de este desgarrador dilema, en el que la desesperación por ser excluido (las injusticias globales del McMundo [McWorld]) se mezcla con la rabia de ser incluido (el imperialismo cultural del McMundo) (24).

c) El problema ecológico

En este apartado, analizamos cómo los actos de consumo pueden generar desarmonías en la dinámica ecológica global. Incluimos el problema ecológico al hablar de las patologías del consumo en *los países pobres*, porque son los países en desarrollo los que sufren más profundamente las consecuencias del deterioro ecológico: un deterioro que, para más escándalo, aumenta por causa de la difusión de problemas originados principalmente por países ricos, o por el transporte de residuos desde el Norte al Sur:

Efectivamente, según el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, en los últimos 50 años el crecimiento del consumo está sometiendo el medio ambiente a fuertes tensiones:

- «La quema de combustibles fósiles se ha casi quintuplicado desde 1950.
- El consumo de agua dulce se ha casi duplicado desde 1960 (...).
- El consumo de madera, tanto para la industria como

(24) BARBER, B.: «Lo que EEUU ha aprendido y lo que no», *El País*, 7-9-2002.

(25) PNUD, *op. cit.*, pág. 2.

para leña en el hogar; es ahora 40% superior a lo que era hace 25 años (25)».

De hecho, el uso de combustibles fósiles ha llevado a cuadruplicar las emisiones de CO₂ en la segunda mitad del siglo xx. Además, el recalentamiento global puede arruinar cosechas, inundar permanentemente grandes superficies hoy secas y habitadas, y aumentar la frecuencia de sequías y tormentas. El agua, los suelos, los bosques y la biodiversidad se están deteriorando (26).

Con todo, existen tendencias positivas: en una parte significativa de la población mundial, el consumo se ha desmaterializado en el sentido de que ha cambiado hacia bienes o servicios con menos consumo de materias primas y ha aumentado la eficiencia en el uso de las energías y de materias primas. Además, las prácticas de reciclaje se están extendiendo en algunos países (27).

En cualquier caso, si evaluamos el reparto del deterioro ecológico entre los países ricos y los países pobres, por una parte, verificamos que los países que causan más deterioro ecológico son, a menudo, los ricos. Por ejemplo, la emisión de CO₂ a la atmósfera se cifra, en términos *per capita*, en 3,9 Tm por año en México, 2,7 Tm por año en China, y hasta 10,2 Tm en Alemania y 20,5 Tm en EEUU (28).

Además, resulta que las consecuencias de los principales problemas ecológicos afectan especialmente a los habitantes de países pobres. En efecto, los 132 millones de habitantes de regiones cuyas aguas están sometidas a tensión viven en África

(26) PNUD, *op. cit.*, pág. 4.

(27) Cf. PNUD, *op. cit.*, pág. 4.

(28) Cf. PNUD, *op. cit.*, pág. 4.

(29) Cf. PNUD, *op. cit.*, pág. 5.

y en Estados Árabes. Y la deforestación se ceba especialmente en los países en desarrollo: en los dos últimos decenios del siglo XX, América Latina y el Caribe perdieron 7 millones de hectáreas de bosques tropicales; y Asia y el África subsahariana, 4 millones de hectáreas cada una (29).

El superior deterioro ecológico del Sur se explica a partir de dos causas: la espiral descendente en que quedan atrapados los pobres y su medio ambiente, y la colaboración activa del Norte en el deterioro del Sur:

En cuanto a la primera causa:

«La pobreza y el medio ambiente se ven atrapados en una espiral descendente. La degradación de recursos del pasado profundiza la pobreza de hoy, en tanto que la pobreza de hoy dificulta mucho preocuparse de la base de recursos agrícolas o restaurarla, hallar otras posibilidades distintas de la deforestación, prevenir la desertificación, luchar contra la erosión y reponer los nutrientes del suelo. Los pobres se ven obligados a agotar los recursos para sobrevivir; esta degradación del medio ambiente los empobrece todavía más» (30).

Pero los países ricos contribuyen activamente al deterioro de los pobres mediante el transporte de residuos del Norte al Sur. Y es que la extensión del comercio internacional y de la globalización de la economía llevan (por causa de la desre-

(30) PNUD, *op. cit.*, pág. 5.

(31) «Estados Unidos genera más de 275 millones de toneladas de residuos tóxicos cada año; es el mayor país exportador de residuos del mundo. Los residuos tóxicos, como el cianuro, el mercurio y el arsénico se envían como «residuos recuperables», un intento deliberado de inducir a confusión y disfrazar la verdadera naturaleza de los residuos». SHIVA, V.: «El mundo en el límite», en HUTTON, W. (ed.): *En el límite. La vida en el capitalismo global*, Barcelona, Tusquets, 2001, pág. 168.

gulación de la protección ambiental) a la exportación de los costes ambientales al Tercer Mundo:

«Greenpeace afirma que los traficantes internacionales de residuos siguen enviando su basura tóxica a India, en total desafío de las leyes indias e internacionales. Los países ricos, como Australia y Estados Unidos (31), siguen exportando residuos, plenamente conscientes de que violan las leyes indias y el Convenio de Basilea, que rige el movimiento internacional y la eliminación de residuos peligrosos. Asia sigue siendo el mayor vertedero para los residuos de Occidente» (32).

5. CONSIDERACIONES FINALES

El panorama que hemos presentado en los dos apartados anteriores puede dejarnos la sensación de que todo es negativo cuando hablamos de consumo. Pero en los primeros apartados hemos presentado el significado positivo del consumo, en tanto que actividad que ayuda a satisfacer las diversas exigencias del ser humano. Además, es el momento de constatar que la globalización ha generado un crecimiento económico que se ha traducido en aumento del consumo y en formas de vida más humanas en muchos millones de ciudadanos.

(32) SHIVA, V.: *op. cit.*, pág. 168. De hecho, un antiguo economista jefe del Banco Mundial, Lawrence Summers, tenía la desfachatez de defender en 1991 el traslado de industrias sucias al Tercer Mundo argumentando que a menores salarios en el Sur; menores costes económicos de bajas o muertes por contaminación, que los países pobres están menos contaminados, y, finalmente, que los habitantes del Sur morirán antes por enfermedades diferentes a las causadas por el deterioro ecológico (cf. *op. cit.*, págs. 164-165).

«El consumo mundial ha aumentado a un ritmo sin precedentes a lo largo del siglo xx, y el gasto de consumo privado y público llegó a 24 billones de dólares en 1998, el doble del nivel de 1975 y seis veces el de 1950. En 1900 el gasto real en consumo era apenas de 1,5 billones de dólares.

Los beneficios de este consumo se han difundido mucho. Más gente se alimenta y alberga mejor que nunca antes. El nivel de vida ha aumentado hasta permitir que cientos de millones de personas disfruten de vivienda con agua fría y caliente, calefacción y electricidad, transporte hacia y desde el trabajo, con tiempo para la recreación y los deportes, vacaciones y otras actividades, más allá de lo que cabría haber imaginado al comienzo de este siglo (33)».

Pero a lo largo del escrito que estamos concluyendo hemos mostrado que el aumento del consumo no significa *automáticamente* un aumento del bienestar de las personas o de las sociedades. *La pobreza y la desigualdad*, que se traducen en el subconsumo, son problemas escandalosos que empujan a buscar formas de redistribución desde los ricos a los pobres para que éstos puedan llegar a cubrir sus necesidades de supervivencia. El *deterioro ecológico* y las soluciones consistentes en «mandar los residuos a los pobres» son también problemas acuciantes que apuntan a cambios en los ritmos de consumo y a la adopción de formas sostenibles de producir bienes y servicios. Las *patologías del consumidor* derivadas, en parte, de la publicidad, las identidades de marca, o los productos del sector del entretenimiento, nos invitan a repensar la publicidad y su regulación, a buscar formas de ocio no adictivas y a

(33) PNUD, *op. cit.*, pág. 1.

buscar formas de adaptación a contextos locales de los productos globales. Finalmente, el *fundamentalismo*, que en parte deriva de la invasión de la cultura de mercado en países pobres y poco democráticos, pone en cuestión la forma como el mundo rico está haciéndose presente en el mundo pobre. Y nos invita a priorizar el desarrollo económico de los países del Sur; al mismo tiempo que a establecer formas de diálogo (y no de imposición) cultural y político con este mundo pobre.

Al final, el debate que acabamos de desplegar en torno al consumo en tanto que actividad de mercado que responde a unas necesidades humanas variadas, puede resumirse en términos de las tres preguntas formuladas por Adela Cortina: «¿Qué se consume? ¿Quién consume? ¿Quién decide lo que se consume?» (34). Una respuesta humana a estas preguntas supone trabajar para que:

- se consuma lo *adecuado* para la supervivencia material y para la realización de la dimensión cultural y convivencial de las personas;
- *todos los habitantes* del planeta puedan consumir lo adecuado;
- *seamos los consumidores* (sin ceder la iniciativa a las empresas) los que decidamos lo que se consume (35) y cómo se produce (en condiciones justas y ecológicas)

(34) CORTINA, A. y CARRERAS, I., *op. cit.*, pág. 4. En cursiva en el original.

(35) «...Tenemos que ser nosotros los que decidamos lo que se consume y, desde ahí, ser nosotros mismos quienes decidamos lo que se produce, porque, al fin y al cabo, el empresario acaba produciendo lo que nosotros consumimos... Si queremos ser protagonistas de nuestra vida tenemos que acabar siendo protagonistas de la producción». CORTINA, A. y CARRERAS, I., *op. cit.*, pág. 4. Las iniciativas de comercio justo y consumo responsable van en la línea apuntada por A. Cortina.

EL CAMBIO DE LA SOCIEDAD PURITANA A LA SOCIEDAD DEL CONSUMO COMO RELIGIÓN

JUAN GONZÁLEZ-ANLEO
Catedrático de Sociología

Recuerda Charles Handy en uno de sus últimos libros, *El espíritu hambriento*, la adaptación que el protagonista de una de las menos conocidas novelas de Orwell, *Keep the Aspidistra Flying*, solía hacer del capítulo XIII de la Epístola a los Corintios a la sociedad actual, reemplazando «amor» por «dinero» (1). Me he atrevido a corregir la cita del escritor inglés Orwell, cambiando a mi vez «dinero» por «consumo». Queda así:

«Aunque hablara las lenguas de los hombres y de los ángeles, si no consumo soy como broche que suena o címbalo que retiñe. Aunque tuviera el don de profecías y conociera todos los misterios y toda la ciencia; aunque tuviera plenitud de fe como para trasladar montañas, si no consumo, nada soy. Aunque repartiera todos mis bienes y entregara mi cuerpo a las llamas, si no consumo, de nada me aprovecha.»

(1) CHARLES HANDY: *El espíritu hambriento. Más allá del capitalismo*, Barcelona, Ediciones Apóstrofe, 1998, pág. 23.

Los jóvenes españoles, y no creo que los de otros países ricos piensen de forma diferente, lo han captado a la perfección, y cuando se les pregunta qué seña de identidad creen que mejor los define, destacan el consumismo, por encima de la rebeldía y la independencia, señas sagradas de identidad de las generaciones juveniles de todos o casi todos los tiempos, por encima asimismo de instituciones portadoras de valores como la familia. Y los españoles, Amando de Miguel *dixit*, colocan el dinero, poderoso e insustituible medio para consumir a cuerpo de rey, por encima de todos los demás valores, aunque cuando se les pregunta por sus propios valores hablen poéticamente de la familia, la amistad o el trabajo (3). Los datos de la encuesta del CIS de 1997 permiten hablar de una cierta saturación consumista de los hogares españoles: más del 80% afirman tener en sus casas frigorífico, TV en color, agua caliente, lavadora y teléfono, un 66% poseen vídeo, un 38% microondas y un 24% ordenador. En el presente año, sin duda, el techo de la saturación se habrá alcanzado en los bienes menos poseídos en 1997, y habrán aparecido otros bienes de consumo no incluidos en la lista (4). Los datos de 1960, cuando se iniciaba el milagro económico español, son contundentes: poseían televisión el 1% de los hogares españoles; coche, el 4%; frigorífico, el 4%; tocadiscos, el 3%; y radio, el 64% (5). Lo más impresionante de estos datos es que en las encuestas y sondeos actuales ya no se pregunta por la

(2) JUAN GONZÁLEZ-ANLEO: «Familia y Escuela en la socialización de los jóvenes», en *Jóvenes españoles 99*, Madrid, Fundación Santa María, pág. 177.

(3) AMANDO DE MIGUEL: *La sociedad española 1993-94*, UCM, 1994, pág. 478.

(4) CIS: «En casa tenemos de todo», en *Datos de Opinión*, febrero, 1997, pág. 1.

posesión de la mayor parte de los ítems mencionados en esta lista.

Más expresivo que los datos de bienes poseídos es la reflexión sobre los motivos confesados por los españoles consumistas. En una valoración de 1 a 10, los españoles sitúan en los primeros puestos la comodidad, la calidad, el precio y otros criterios como la originalidad, el que esté de moda, la novedad y la marca. Y pasando al terreno de las necesidades, se considera imprescindible el automóvil (6). Llama la atención en este vértigo de datos la importancia que los jóvenes atribuyen a la ropa de diseño, el equipo de música y el ordenador. Como se ve, las necesidades están en permanente proceso de nacimiento y de expansión (7). La sociedad de consumo ha triunfado en toda la línea.

Es durísimo el contraste con épocas anteriores, más puritanas, aunque no por ello menos materialistas. En los años 70 se realizó un interesante y original estudio sociológico sobre los rasgos de los españoles. Los autores, Rafael López Pintor y Ricardo Buceta, siguieron un esquema clásico: a partir de un rasgo o valor básico del carácter o personalidad, se desciende a unas pautas valorativas o normas y, desde ese techo normativo, se estudia el comportamiento real para ver si se ajusta a tales normas. Valor, normas, comportamientos. Menéndez Pidal fue fiel a ese esquema en su Introducción a la magna *Historia de España*, que en sus tiempos dirigió. El valor básico de

(5) JUAN GONZÁLEZ-ANLEO: *Consumid, empobreceos, destruid la tierra. Perfil de la sociedad de consumo*, Madrid, ediciones SM, 1978, pág. 59.

(6) FERNANDO CONDE GUTIÉRREZ DEL ÁLAMO y JAVIER CALLEJO GALLEGO: *Juventud y Consumo*, Madrid, INJUVE, 1994, ps. 49, pág. 43.

(7) ROSARIO ÁLVAREZ, M.^a JOSÉ AZOFRA y MARÍA CUESTA: *Economía y Juventud*, Madrid, INJUVE, 1999, pág. 102.

aquellos españoles fue la *sobriedad física*, que da fuerzas para resistir al apremio de lacerantes necesidades; las normas que de ese valor se derivaron fueron el *desinterés material* y la *generosidad colectiva*. Del comportamiento inspirado en esas normas cita el eximio historiador, entre otras actuaciones, la cesión voluntaria de pagas y peculios personales de los soldados españoles en la batalla de Pavía para pagar a los mercenarios tedescos.

Los rasgos o valores básicos de los españoles habrían sido —quizás sólo soñados por historiadores, ensayistas y poetas— la sobriedad, la austeridad y la sencillez. Siguen la austeridad ética, el sosiego, el carácter afectivo y pasional del pensar español, la incapacidad para visualizar el futuro, el ánimo impaciente y arrojado, la tendencia a la exageración en todo, el conformismo, la pasividad y la apatía pública ante la mala gestión de los asuntos y negocios más vitales del Estado. Dejando al margen una cierta incoherencia de la lista de rasgos o valores hispanos presentada, nos interesa ahora el valor fundamental, la *sobriedad* y *austeridad*, estrechamente emparentadas con el puritanismo que ha presidido los avatares y estilos de la vida europea y occidental hasta la emergencia, consolidación y triunfo pleno de la sociedad de consumo de masas.

La sobriedad y austeridad de los españoles aparece certificada por el escrito galo Troyo Pompeyo en los orígenes de nuestra existencia como Hispania: el hispano tiene el cuerpo dispuesto para la sobriedad y el trabajo —«*dura omnibus et adstricta parsimonia*»— y destaca en él su estoicismo —«*sustine et abstine*». El correlato ético que impregna toda la vida española será posteriormente la *austeridad ética*, que se manifiesta en un estilo general de vida, cuyas pautas son la sencillez

habitual de costumbres, una noble dignidad en el porte, la firmeza de las virtudes familiares y el menosprecio de placeres muy elaborados —sofisticados, diríamos hoy— y del goce sensorial del mundo. Sorokin, en su tesis sobre los ciclos de civilizaciones, adscribiría esta época del vivir español al ciclo idealista, en el que la verdad procede de la fe, frente al ciclo sensorial, dominado por los sentidos y la verdad puramente empírica, característica de la época actual, posmodernista y consumista (8).

Entre otros aspectos de la sobriedad, austeridad y sencillez, que Menéndez Pidal cree rasgos históricos del carácter español, debe mencionarse también el conformismo, la alegría con que el pueblo soporta las privaciones y el empobrecimiento, la dignidad innata que no evita las quejas, aún en la intimidad, y una constante pasividad pública ante la mala gestión de los más vitales negocios del Estado.

Se detiene el sabio historiador español en otro rasgo del carácter de los españoles que refuerza, a mi juicio, la tesis de la sobriedad, austeridad y desinterés material como valores históricos que se manifiestan en la historia de España: la religiosidad, con los trazos siguientes (con dudosa presencia de elementos evangélicos): la vida no sería el supremo bien, el intenso pensamiento de la inmortalidad (Unamuno), el trascendentalismo, una deficiente moralidad, la presencia de la caridad frente a la ausencia de una ética social, la instalación de las almas en una permanente y enérgica tensión de espera y esperanza de cimas y destinos altísimos (el «Un monarca, un imperio, una espada», de Hernando de Acuña), la creación

(8) Siguiendo esta tesis de Sorokin, la modernidad podría adscribirse al ciclo ideacional, en el que la verdad procede de la razón...

de instituciones y mitos antisimétricos de los adversarios (Santiago frente a Mahoma, Contrarreforma frente a Reforma...)....

Cabe dudar de que la anterior descripción responda a la realidad histórica del carácter histórico español, y de si este término, *carácter*, significa realmente algo con base en la realidad y verificable a lo largo de nuestra historia. En nuestro pasado reciente la austeridad fue probablemente una forma más, muy española, de «hacer de tripas corazón». Lo comenta Amando de Miguel en un libro reciente (9): La «forzada austeridad» era un rasgo indeleble de la vida de los españoles durante un siglo, desde mediados del siglo XIX (...) hasta cien años después. Puede que en años anteriores la vida fuera todavía más mísera, pero es un hecho que la gente no se compara con el pasado, sino con lo que podría ser su presente» (...), con los que viven bien». Y echando mano de biografías y memorias históricas, el sociólogo español recuerda casos y datos, no tan lejanos para muchos de nosotros: la costumbre de llevar un calzado recompuesto por fuera con un parche de cuero, el uso de ropa dada la vuelta (*chaquetas volterianas*), el que los niños de clase media tuvieran que estudiar en la sala o en el comedor; la falta de cuarto de baño y de calefacción central, la idea corriente de que era malo para la salud tomar helados y leer mucho tiempo con luz eléctrica, el uso de los infiernillos, la consideración del pan blanco como lujo, la obsesión de no dejar nada en el plato...

Pero de lo que no cabe la menor duda es del durísimo contraste entre estas descripciones y lo que los trabajos so-

(9) AMANDO DE MIGUEL: *Autobiografía de los españoles. Cómo nos vemos. ¿Somos así?*, Barcelona, Planeta, 1999, págs. 60-65.

ciológicos nos dicen hoy de los españoles y de su estilo y forma de ser. Ponemos por encima de todo *el dinero*, como se ha dicho, al menos cuando se nos interroga sobre cuáles son los ideales o intereses superiores de los demás. Y la juventud española, sin vacilar, señala como primera seña de su identidad juvenil el *consumismo*, y muy por debajo, al final de la lista de valores propuestos, el sentido del sacrificio, condición indispensable de la austeridad (10). Nadie se admire ante este último dato: los padres de estos jóvenes afirman candorosamente que el sentido del ahorro, el trabajo duro y la abnegación figuran en último lugar entre las virtudes a inculcar en los niños (11).

En 1994 los datos de múltiples investigaciones confirman que el perfil del español medio era el de un individuo más contento consigo mismo que en el pasado, libre y dueño de su destino, que elige y decide por su cuenta en la vida cotidiana, y que los quiere hacer sin intermediaciones. Disfrutaba alegremente de altos niveles de permisividad moral en todo lo que afecta a la vida privada y de las libertades personales, sobre todo con respecto a la homosexualidad, el sexo libre, la prostitución, la eutanasia y el suicidio... (12). ¿Dónde estaba la España trascendental, austera y puritana?

El contraste entre la sobriedad y la austeridad de los viejos españoles, nacidas de una ideología o de la simple y dura ne-

(10) JUAN GONZÁLEZ-ANLEO: «Familia y escuela en la socialización de los jóvenes españoles», en *Jóvenes españoles 99*, Madrid, Fundación Santa María, 1999, pág. 177.

(11) CARMEN VALDIVIA: «La Familia», en *España 2.000. Entre el localismo y la globalización*, Madrid, Fundación Santa María, 2000, pág. 145.

(12) FRANCISCO ANDRÉS ORIZO: *Sistemas de valores en la España de los 90*, Madrid, CIS, 1996, págs. XXV a XXXIX.

cesidad, y de la pobreza y hambruna endémicas en nuestro país, y la opulencia y despilfarro actuales de sus herederos, nosotros, no se le oculta a nadie. Aquella sociedad puritana, de grado o por fuerza, pero profundamente religiosa a su manera, ha sido violentamente reemplazada por una sociedad de religiosidad desfalleciente, pero que ha encontrado religiones de sustitución, como, en grados muy diversos, la Ecología, la Música, la Diversión, y en la cúspide, el Consumo.

VIEJO Y NUEVO PURITANISMO

La sociedad puritana ha sido reemplazada *urbi et orbe*, en el mundo cristiano y en el no cristiano, en la sociedad occidental y en el resto del mundo, en el Norte rico y el Sur pobre, *por una nueva sociedad de un consumo* sacralizado y elevado al honor de los altares familiares. Por los que *de facto* disfrutaban ya de un consumismo enloquecido, o por los que lo viven en sus sueños, en sus deseos y aspiraciones (13).

El Puritanismo nace en el siglo XVI, ha vivido, por tanto, una larga y azarosa historia, y parece que, excepto en pequeñas minorías fundamentalistas, ha llegado a su fin. El Puritanismo se distingue del Calvinismo originario por un individualismo más intenso que coloca al alma frente a Dios en solitaria inmediatez, por una estima pormenorizada de las buenas obras como signos de elección divina, lo que intro-

(13) Una de las razones rutinariamente alegadas por los que intentan explicar la avalancha de los emigrantes económicos a los países ricos y la tragedia de las pateras desde el Norte de África es, precisamente, el espejismo que de la opulencia y el despilfarro occidental ofrecen las televisiones europeas.

duce el legalismo, la conciencia de la propia honestidad y un ascetismo sistemático, desconocido por el primer calvinismo, por el espíritu de autocontrol solitario, individual y por la disciplina. Su fundamento religioso fue el biblismo y, sobre todo, la predestinación (14).

Para Max Weber no hay duda (15): el fundamento teológico de este movimiento religioso fue la creencia en la Predestinación, que si muchas veces puede conducir al fatalismo quietista, en otras lanzó a los hombres a la acción, como a los guerreros musulmanes de la primera generación, que vivieron intensamente el más completo olvido de sí mismos en aras de su fe y en el cumplimiento del sagrado deber de una guerra santa para conquistar el mundo. En el caso del movimiento puritano, gobernado por la ética cristiana, esa misma creencia en la predestinación derivó en rigorismo ético, legalismo y pautas racionales para la planificación de la propia vida. A la exaltación de la virtud de la disciplina se unió en la Inglaterra de Cronwell el ascetismo intramundano y la búsqueda disciplinada de la salvación en el desempeño de una vocación agradable a Dios. Ambos rasgos fueron la fuente del espíritu adquisitivo característico del Primer Puritanismo.

Pero un espíritu adquisitivo muy diferente al de los mercaderes, artesanos o trabajadores de otros países, hindúes, chinos o musulmanes, que fue muy fuerte, contra lo que algunos piensan. El espíritu adquisitivo típico del Puritanismo se carac-

(14) FRANCISCO SÁNCHEZ LÓPEZ, voz «Puritanismo», en el tomo II del *Diccionario de Ciencias Sociales*, Madrid, Instituto de Estudios Políticos, 1976, pág. 659.

(15) MAX WEBER: *Sociology of Religion*, Boston, Beacon Press, 1956, págs. 203-204.

terizó en los tiempos fundacionales por la limitación racional y ética de la búsqueda del lucro (16). Un rasgo peculiar del puritanismo, recuerda Max Weber, fue su rechazo de la estética y de la producción artística, así como de todo elemento orgiástico y emocional de la religión. Un motivo latente pudo ser la voluntad de aumentar la influencia racional sobre el comportamiento, siempre al servicio de la religión (17).

Descendiendo ya a una arena histórica concreta, Tawney (18) sitúa la aparición Puritanismo en medio justo del divorcio que se produjo en Inglaterra, a mediados del s. XVI, entre la teoría religiosa y la realidad económica, como un movimiento tormentoso que revolucionó todos los valores tradicionales y penetró profundamente con su luz el campo de los deberes y obligaciones sociales. De las tres corrientes surgidas del Calvinismo —el Presbiterianismo, el Congregacionalismo y el Puritanismo—, esta última fue la que más poderosamente determinó, no sólo las concepciones de la teología y del gobierno de la Iglesia, sino las aspiraciones políticas, las relaciones de negocios, la vida familiar y los detalles de la conducta personal.

El Puritanismo, afirma Tawney, fue la auténtica Reforma inglesa, en su lucha contra el viejo orden social. El puritano, consciente de que el hombre es un peregrino que se apresura de esta vida transitoria a la vida futura, rechaza con un horror casi físico las vanidades que seducen a las almas que, al borde

(16) *Ibidem*, pág. 269.

(17) *Ibidem*, pág. 245.

(18) Sigo aquí la exposición magistral de R. H. TAWNEY: *Religión and the Rise of Capitalism*, Harmondsworth, Penguin Books, 1964, págs. 197-201.

de la eternidad, se muestran horriblemente indiferentes ante las grandes cuestiones, Dios, el alma, la salvación y la condenación. El puritano no se detiene en esta reflexión y contemplación de Dios, sino que sabe que debe glorificarle con su trabajo en un mundo entregado al poder de las tinieblas. Sabe, igualmente, que si es necesario, debe rechazar la diversión, los libros, incluso la convivencia con los amigos, y en consecuencia, el puritano disciplina, racionaliza y sistematiza su vida, un siglo antes de que aparecieran los Metodistas, y convierte sus negocios en una tarea del espíritu que trabaja arduamente la viña del Señor.

El negocio como religión, diríamos forzando ligeramente los términos, como siglos después, en nuestra época, cabe hablar del *consumo como religión*. La gran diferencia estriba en que hoy el motor del consumo es el deseo y las emociones, no tanto las necesidades, como explica Campbell (19), mientras que en el puritanismo, prosigue Tawney, el motor es la voluntad, bien organizada, disciplinada e inspirada, bien en reposo devoto, bien en un estallido de violenta energía, pero siempre vigorizada por el temible arsenal del fervor religioso.

Esa voluntad al servicio del trabajo en la viña del Señor se inspirará en la venerable máxima de los monasterios medievales: «*ora et labora*», pero con un nuevo y más intenso significado (20). El trabajo ya no será una exigencia de la naturaleza humana para satisfacer sus necesidades ni un castigo por el pecado de Adán, sino una especie de disciplina ascética, más rigurosa que la exigida por cualquier Orden de mendicantes

(19) COLIN CAMPBELL: *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, Oxford, Blackwell Publi., 1994, págs. 58 y ss.

(20) TAWNEY, *op. cit.*, págs. 240-244.

del Medioevo, y practicada en el exacto cumplimiento de las tareas seculares, no en el retiro y la soledad. En esta misma línea, la contemplación sería como una especie de autocomplacencia y un abandono de las tareas que el Señor nos ha impuesto a todos —pobres pero también ricos— para realizar nuestra Vocación. Así los mayores riesgos procederán no tanto de la codicia cuanto de la pereza. «Las aguas quietas son propicias a la putrefacción», repetirán los grandes predicadores del primer Puritanismo, Baxter y Steele, y, desde luego, el lujo, el placer permisivo, la extravagancia personal, no tienen cabida en los planes del cristiano.

«La vocación del comerciante», del escritor puritano Steele, insistirá en la necesidad de profundizar en el sentido de la vocación y poner su negocio al servicio del Señor, cultivando para ello celosamente las virtudes de diligencia, sobriedad, moderación y frugalidad, sobre la base de la prudencia, que en el fondo no es sino una chispa de sabiduría divina que establece los límites en los gastos y enseña a vivir más bien por debajo de las posibilidades personales. Frente a este repertorio de virtudes, la lista de vicios: las malas compañías, el juego, la política (!) y un celo religioso ridículo.

Uno de los frutos más logrados del Puritanismo fue una nueva ética del trabajo, que la actual sociedad de masas ha sacrificado alegremente en el altar del consumo, donde tantas otras víctimas han vertido su sangre. Los jóvenes reniegan de ella, los trabajadores, en general, se la han ido cediendo gozosamente a los emigrantes económicos de países pobres, y sólo éstos, por necesidad, y alguna minoría de profesionales asaltados por el virus o la adicción del trabajo compulsivo, creen en ella y en ella inspiran el ejercicio de su profesión.

En su sugerente «Ideology of Work», Anthony (21) profundiza en el tema, explayándose en las ventajas que aquella sociedad puritana vio en el trabajo: es bueno en sí mismo, satisface los intereses económicos un gran número de ciudadanos, es un deber social, contribuye al orden social y al valor moral del individuo, contribuyendo a su buena reputación entre sus conciudadanos y asegurándole una buena posición a los ojos de Dios. No se para aquí la lista de elogios. El trabajo, además, al mantener ocupado al individuo, evita la pereza, y la pérdida de tiempo, el adulterio y la lujuria, pues las fatigas y penas en el seguimiento de la Vocación consumen una gran parte del exceso de nutrición que presta su materia al pecado. Se llegó a decir que la propiedad es justificada por el trabajo y es injustificable sin él, y así, «el no hacer nada» debería ser seguido por la expropiación de los bienes del ocioso.

A finales del siglo XVII el puritanismo empezó a perder su influencia, y sólo a mediados del s. XIX surgió en Inglaterra un movimiento que se propuso restaurar los valores tradicionales, como reacción contra el desorden social que se extendía por todas partes y que, se decía, había sumido a las poblaciones en la degeneración. La transición empezó en Inglaterra y de allí emigró a los Estados Unidos. Fueron las iglesias protestantes, salvo la anglicana, en Inglaterra, y las sectas protestantes en Estados Unidos, en especial el metodismo de Wesley (22), las que propiciaron la consolidación del *movi-*

(21) P. D. ANTHONY: *The Ideology of Work*, Londres, Tavistock, 1977, págs. 45 ss.

(22) Daniel Bell afirma que fueron, sobre todo, los baptistas y metodistas los que más contribuyeron a configurar el *ethos* norteamericano, por encima del puritanismo. El atractivo de estas dos sectas, con su peculiar

miento victoriano (23). Éste se impuso rápidamente con espectaculares resultados, todos ellos en una línea puritana, aunque sin la densidad religiosa del Puritanismo primitivo, y con una gran carga de doble e hipócrita moral sexual, sobre todo de la clase alta. Los resultados del movimiento victoriano se percibieron enseguida: descendió el consumo de alcohol, las masas de trabajadores agrícolas y pobres, analfabetas y groseras, se convirtieron en lo que ahora llamamos clase obrera, se fue extendiendo la idea de que al trabajo serio exigía horarios, que condujo al nuevo y resucitado puritanismo, con el que la sociedad iniciaría su peregrinar a la actual sociedad de consumo... Tales fueron los frutos de los llamados valores de la moralidad victoriana. Fukuyama los resume así: «La moralidad victoriana se centraba en inculcar el control de los impulsos a los jóvenes, el dar forma a lo que los economistas actuales denominan sus preferencias, de modo que suprimieran las relaciones sexuales promiscuas, el alcohol o el juego, que les resultarían perjudiciales a la larga... Enseñar hábitos de limpieza, puntualidad y cortesía a la gente era básico en una época en que estas tres virtudes burguesas brillaban por su ausencia...».

La ética protestante y la moralidad victoriana —lo que para nuestro propósito puede entenderse como puritanis-

evangelismo, su elevado emocionalismo, sus «despertares religiosos (*revivals*), sus excesos de sentido del pecado y de la confesión pública, etc., procedía de su condición, muy estimada en Estados Unidos, de religión rural y de «fronteras», cualidades ambas que las convirtieron en la religión favorita de los norteamericanos. Cf. DANIEL BELL: *The End of Ideology*, Nueva York, The Free Press, 1962, págs. 113-114.

(23) FRANCIS FUKUYAMA: *La gran Ruptura*, Madrid, ediciones B.S.A., 2001, págs. 498 ss.

mo—, fueron socavadas no por el modernismo, sino por el propio capitalismo, afirma Daniel Bell (24):

«El poderoso mecanismo que destruyó la ética protestante fue el pago en cuotas o crédito inmediato. Antes era menester ahorrar para poder comprar. Pero con las tarjetas de crédito se hizo posible obtener gratificaciones inmediatas. El sistema se transformó por la producción y consumo masivos, por la creación de nuevas necesidades y nuevos medios de satisfacerlas. La ética protestante había servido para limitar la acumulación suntuaria (pero no la acumulación de capital). Cuando la ética protestante fue apartada de la sociedad burguesa, sólo quedó el hedonismo, y el sistema capitalista perdió su ética trascendental... La falta de un vínculo trascendental, la sensación de que una sociedad no brinda algún conjunto de “significados supremos” en su estructura de carácter, su trabajo y su cultura, dan inestabilidad a un sistema.»

Ante este vacío, prosigue el análisis de Daniel Bell, el *hedonismo, la idea de placer como modo de vida, se ha convertido en la justificación cultural, si no moral, del capitalismo*. Y es aquí donde el consumismo toma las riendas y se convierte en árbitro supremo de la vida de los ciudadanos de la sociedad opulenta, en donador de dudosos sentidos, en religión de sustitución, en enconada lucha con otras religiones del mismo jaez, como la Ecología, las ideologías radicales, la Tecnología o la religión del Cuerpo.

Pero esta fulgurante ascensión del hedonismo, alma del consumismo, requiere una exposición más detenida.

(24) DANIEL BELL: *Las contradicciones culturales del capitalismo*, Madrid, Alianza, 1977, pág. 33.

La secularización de la sociedad moderna y la que Wilson llama des-moralización de los sistemas sociales (25) proceden, desde luego, de los avances en la Tecnología, pero sobre todo del cambio del *ethos* de la ética cristiana. Todas las grandes religiones han buscado la reconciliación del hombre con el sufrimiento, proponiendo como medio fundamental la salvación, la promesa en un mundo futuro sin dolor ni sufrimiento, sin poner en tela de juicio que el hombre merezca ese sufrimiento. En el Cristianismo la idea clave es que el hombre es un pecador, y sólo puede librarle de esta condición la misericordia de Jesucristo y la práctica de una disciplina ascética. Mientras fue bajo el nivel tecnológico y su poder transformador, aquella ascética fue perfectamente congruente con las condiciones sociales de las masas, y funcionó además como una agencia de control social, a fin de evitar el despilfarro de recursos, necesarios para la satisfacción de las necesidades primarias.

La ética ascética y puritana predicada por el Cristianismo insistía en el aplazamiento de las gratificaciones, la necesidad de ir acumulando el capital necesario para la producción industrial, la prohibición moral del darse buena vida, la frecuencia de los ayunos penitenciales, el riguroso examen de conciencia sobre las actividades y las motivaciones personales..., y poco a poco fue calando en la población. Los modelos propuestos, el santo asceta medieval o el ascético mercader calvinista del siglo XVII, ejemplificaban perfectamente las demandas de autonegación y autosacrificio recomendadas, con mayor o menor fortuna, a todos los fieles. Estos valores, de eso

(25) BRYAN WILSON: «Salvation, Secularization and De-Moralization», en RICHARD FENN (ed.) *The Sociology of Religion*, Oxford, Blackwell Publishers, 2002, págs. 48-51.

se trataba, fueron aceptados por consenso, dando por supuesto que el interés personal estaba a salvo, y fueron además incorporadas a las instituciones dominantes y sin cesar predicadas por la Iglesia, la única agencia entonces donadora de sentidos.

Pero el impacto acumulativo de los avances tecnológicos ha convertido a las sociedades de producción en sociedades de consumo. El foco se ha trasladado del trabajo a la diversión, y la sociedad del deber y del sacrificio se ha transformado en la sociedad de diversión.

Lipovetsky va más lejos: en su ensayo «El crepúsculo del deber» explora los recovecos de esta transformación, y niega que se esté produciendo, como algunos pretenden que se esté produciendo, un regreso al orden moral, «ya que es verdad que en adelante nuestras sociedades se ven arrastradas por un proceso de debilitamiento y deslegitimación del espíritu del deber» (26). Pero la tesis del «philosophe» francés es más amplia, cubre todo el espectro de las actitudes éticas actuales. Y es perfectamente inequívoca: la sociedad actual proclama que el principio que hoy predomina es el imperativo de la moralización de los negocios, la salvaguarda del medio ambiente, la revitalización de los valores, las acciones humanitarias, la lucha contra el acoso sexual y el espíritu de responsabilidad, con una idea fija: la única utopía posible, desechadas ya las totalitarias, es la moral. *Pero en el fondo no hay retorno a la moral.* La era del deber rigorista y categórico se ha eclipsado a favor de una cultura hasta ahora inédita que prefiere las normas del bienestar a las obligaciones supremas del ideal, que

(26) GILLES LIPOVETSKY: *El crepúsculo del deber. La ética indolora de los nuevos tiempos democráticos*, Barcelona, Anagrama, 1994, págs. 158 ss.

alienta los derechos subjetivos, pero reniega del deber desgarrador, *que a todo pone la etiqueta ética, pero a nada la exigencia de sacrificio*. Los derechos individuales que hoy con proce-
de de más vigor se proclaman son los derechos individuales a la autonomía, al deseo y a la felicidad. Es la lógica del bienestar, de la diversión y del consumo. Hasta aquí el discurso del ensayista galo.

La necesidad de esa nueva orientación ética procede de que la vieja ética, del deber y del sacrificio, de la ascética y el autocontrol, sería hoy radicalmente disfuncional para una sociedad que depende del consumo, razona Wilson. De ahí el triunfo de una «neoética» que apremia y urge a la buena vida, el lujo, el placer, la extravagancia y el despilfarro. Los valores que hoy reciben un respaldo a todos los niveles y en todos los espacios públicos y privados son los valores de hedonismo. Los individuos no sólo son justificados en su búsqueda del placer y la autogratificación, sino positivamente apremiados a convertirla en su regla de oro. Nuevas y poderosas agencias compiten hoy al servicio del consumo y la difusión de los nuevos valores éticos, y la publicidad ha reemplazado a la iglesia y a la escuela como fuente de los valores modernos. Los pueblos han de ser persuadidos de que tienen el derecho y el deber de consumir, y se les dice que tienen una enorme libertad de opciones de consumo, pues su elección no está ya constreñida por consideraciones morales ni por autoridades espirituales superiores.

El nuevo hedonismo, en fructífera consonancia con el relativismo cultural, difumina las fronteras entre lo moral, lo inmoral y lo amoral, o, sencillamente, abandona por completo esos conceptos. El proceso de secularización se convierte también en un proceso de desmoralización. La sociedad deja de estar

cohesionada por un esquema de valores substantivos compartidos, que es reemplazado por un marco de carácter técnico: salarios, obligaciones fiscales, impuestos, seguros, deudas e hipotecas.

Mientras que los viejos valores y la vieja ética conseguían a veces convencer a los hombres de que su salvación dependía del respeto a las obligaciones éticas, el hombre postmoderno, ante los nuevos valores del hedonismo, confía su «salvación» personal en el cinismo y el desprecio a los trucos y las trampas de la publicidad. Pero ese cinismo conduce a la desmoralización de la sociedad y a sus secuelas: el aumento de la delincuencia, la ruptura del orden cívico, los bajos niveles de honradez en los negocios, la creciente corrupción de los políticos, la angustiosa inseguridad de las calles, etc.

EL CONSUMO COMO RELIGIÓN

Antes de abordar este tema conviene referirse brevemente a tres puntos previos: un nuevo enfoque, de carácter económico, en el estudio de la religión, la hipótesis de Luckmann sobre la religión invisible y las llamadas religiones de sustitución, y la tendencia actual hacia la santificación del capitalismo.

a) Stark y Iannaccone han propuesto *un nuevo enfoque, económico*, para el estudio de la religión. Por su propia naturaleza, los artículos («*commodities*») religiosos son «costosos», por lo que «consumidores» se ven impulsados a escabullirse y mantener niveles bajos de participación y compromiso. Es necesario, por tanto, un intenso «marketing» por parte de las organizaciones religiosas. Si no hay competencia, esas organizaciones se volverán perezosas e inactivas, confiando en su

monopolio, y descuidarán la socialización de los nuevos miembros. Cuando desaparecen los monopolios religiosos, la religión se convierte en un mercado espiritual abierto, sin privilegios para ninguna iglesia, en el que iglesias, sectas y movimientos religiosos de toda índole presentan sus mensajes de sentido, salvación y comunidad moral, y la total libertad religiosa permitirá a los ciudadanos una elección libre en función de un cálculo más o menos racional de costes y beneficios... Lógicamente, intervendrían las tradiciones, las emociones, alguna débil influencia familiar o grupal, pero, en principio, la elección sería totalmente libre, sin coerciones políticas ni sociales (27).

b) Pero como en el «supermercado del espíritu» la libertad alcanza cotas hasta hace muy poco tiempo inimaginables, el individuo puede, no sólo elegir una de las religiones existentes como la suya propia, sino, al margen de toda religión institucional, «*crear*» o *adoptar su propia religión*, su propio cosmos sagrado de significaciones últimas. Lo había adelantado hace casi medio siglo el sociólogo de la religión Thomas Luckmann.

La hipótesis de Luckmann sobre la religión invisible parte del supuesto del declive de las religiones institucionales y de la emergencia de nuevas religiones privatizadas, sin dogmas, clero ni organización, estrechamente relacionadas con el rol de consumidor «rey», autónomo, que busca y encuentra su «cosmos sagrado» y sus significados últimos en la esfera privada. El «cosmos sagrado» de los potenciales consumidores es subjetivo e inestable, no está, por tanto, articulado; se basa en

(27) STARK R. y L. R. IANNA CONNE: «A supply-side reinterpretation of the secularization of Europe», en *Journal for the Scientific Study of Religion*, 1994, 33, págs. 320-352.

emociones y sentimientos, no está definido por las instituciones primarias, y sus variantes deben competir entre sí en un mercado libre. Luckmann habla de «temas» dentro del cosmos: las religiones tradicionales, las ideologías seculares, políticas y económicas, los nacionalismos, la autonomía individual y sus diversas expresiones, como la autoexpresión y la autorrealización, la sexualidad, la familia, etc. (28). El trabajo de Luckmann, fechado en 1967, no incluyó el consumo. El tema no había madurado suficientemente en aquel momento, como no lo había hecho la Ecología o el Culto al Cuerpo. Hoy, probablemente, lo hubiera situado en primer lugar.

c) *La santificación del capitalismo* ha conocido varias etapas. La última, de gran influencia en Estados Unidos, se basa en una nueva concepción holista, espiritual-material, de la realidad. Cita Paul Heelas, en su estudio de la *New Age* (Nueva Era), declaraciones de destacados miembros y estudiosos del movimiento que dan fe de esta santificación y que pueden sintetizarse así: Dios está en todas partes, incluyendo el placer, la libertad y el dinero, y cuando el hombre disfruta con ellos, no está sino realizando su propia naturaleza, ya que, al ser espiritual, el hombre tiene derecho a todo lo que el mundo puede ofrecer, y mientras más espiritual es, más lo merece. El comprar, a semejanza de Dios, es tan ilimitado como Él... La mejor forma para transformar el mundo y enaltecer al hombre en todas sus dimensiones es trabajar en el corazón del capitalismo (29).

(28) THOMAS LUCKMANN, *La religión invisible*, Salamanca, Sígueme, 1973, págs. 114-126.

(29) PAUL HEELAS: «Prosperity and the New Age Movement», en BRYAN WILSON y JAMIE CRESSWELL: *New Religious Movements. Challenge and Response*, Londres, Routledge, 1999, págs. 66-67.

La idea de que todo lo material es también espiritual ha calado hondo en muchas mentalidades. Y el consumismo va en paralelo con la pasión de ser uno mismo, de «convertirnos en lo que somos» (Nietzsche), con la inestimable ayuda de la técnica, que no tiene nada de artificial, que se ha convertido en una segunda naturaleza, en una extensión de nuestro sistema nervioso. El confort y el gusto por las comodidades que el consumo nos permite es emancipador; incrementa las potencialidades de cada uno, es el poder de no estar sometido al mundo exterior; de ser como «dioses». Al menos como «dioses protésicos», descritos por Freud a comienzos del siglo XIX, pues las nuevas técnicas y, sobre todo, las biotecnológicas, harán posible el implante de microprocesadores en el cuerpo humano (y la introducción simultánea de neuronas vivas en los ordenadores) (30).

Con un enfoque funcionalista de la religión, y teniendo en mente el concepto de religión «invisible» de Luckmann, no cabe la menor duda: el consumo ha asumido funciones antes reservadas a las religiones institucionales. No hay que olvidar que en la religión la sociedad hoy tiende a ignorar o menospreciar los aspectos substantivos y encarecer los funcionales (Luhmann), y en la secularización actúan tres subprocesos o factores —la diferenciación, especialización y pluralización— que han favorecido aquella asunción de funciones religiosas por el consumismo, que, según Waters, se ha convertido en la forma prioritaria de autoexpresión y en fuente primordial de identidad (31). La pregunta que debemos plantearnos es si

(30) PASCAL BRUCKNER: *Miseria de la prosperidad. La religión del mercado y sus enemigos*, Barcelona, Tusquets editores, 2003, págs. 136-37.

(31) GRAHAM MURDOCK: «The Re-enchantment of the World. Religion and the Transformation of Modernity», en STEWART M. HOOVER y

hay hoy día en la sociedad occidental alguna práctica social articulada que, al margen de toda religión institucional, brinda al hombre una superación de experiencias negativas, identidad personal, seguridad y cohesión, sentido de un Cosmos y de una Historia, y, por consiguiente, seguridad y certeza, felicidad, placer y alegría, etc. La tesis sostenida por Arno Schilson puede ser una aceptable respuesta: en la Secularidad profana se perciben rasgos de *cultos seculares* que desempeñan todas estas funciones (32) y que tienen un significado simbólico común que se expresa mediante ritos concretos. Schilson, que no se atreve a llamarlos «religiones», sino «cultos», cita el deporte, los Medios, la industria del entretenimiento y, de forma especial, el Consumo. Si se profundiza en la dimensión simbólica del acto de consumo se hallará que el acto de comprar se ha convertido para muchos en un medio por el que se expresan y se comunican emociones, experiencias, expectativas, admiración y devoción, sentimientos de satisfacción y de felicidad.. Así, la experiencia del consumo ritualizado y repetido induce un sentimiento de bienestar que desvela los aspectos positivos de la realidad, y disuelve las amenazas de la vida cotidiana. Los anuncios y la publicidad, en general, refuerzan este carácter simbólico-ritual del consumo, y hacen presentir las dimensiones de abundancia sin fin, plenitud y dicha renovada de «otro mundo».

Nadie duda ya de que el consumo ha sido elevado por encima de su función económica orientada al bienestar perso-

KNUT LUNDBY: *Rethinking Media, Religion and Culture*, Londres, Sage, 1997, pág. 90.

(32) ARNO SCHILSON: «Säkulare Rituale. Theologische Entdeckungen in der Konsumwelt», en WOLFGANG ISENBERG y MATTHIAS SELLMANN: *Konsum als Religion?*, Mönchengladbach, B. Kühlen, 2000, págs. 75-80.

nal y a la satisfacción de las necesidades básicas, y ha sido reorientado a conseguir un plus de vida y el disfrute de una aventura sin límites. Así, los hombres ganan en identidad, seguridad, sentido, autorrealización y felicidad, dones similares a los que las religiones han otorgado a los hombres durante milenios, aunque difieran evidentemente los planos y las perspectivas.

Es precisamente el *plus de vida* que el consumo promete al hombre lo que dota al consumo de sacralidad. Llegados en estos comienzos de siglo a una saturación, insoportable para muchos, de productos y servicios, de objetos a poseer, disfrutar, acumular y destruir, el deseo secreto del hombre es poseer un plus de vida —es decir, más años, de salud, de fortaleza física, de energía vital— para poder explotar el placer y la felicidad que el consumo nos promete y la Publicidad nos asegura. Es posible que ese plus nos lo ponga en las manos la Biotecnología, que no añadirá más objetos al repertorio cuasi-infinito de los que ya poseen los ricos y los menos ricos, sino más «sujeto», es decir, más vida, fuerza y salud para gozar sin límite aparente de los dones del dios consumo (33). Y que nadie lo dude: la Biotecnología, o mejor dicho, sus productos y servicios, serán consumidos con el mismo frenesí con el que hoy se consume el sexo, los electrodomésticos, el automóvil y los viajes turísticos. A fin de cuentas, el Consumo promete lo que han prometido todas las religiones a sus fieles: un plus de vida feliz y bienaventurada, ser más, poder más, conocer más, vivir más intensamente...

(33) Véase mi trabajo «Biotecnología y cambio de la sociedad», en *Estudios. Biotecnología y sociedad*, Madrid, Fundación Pablo VI, 2003, págs. 49-62.

Pascal Bruckner ha explorado este territorio mágico, casi de fábula, en un brillante capítulo de su ensayo *La tentación de la inocencia* (34). La sociedad de consumo es el Jardín de las Delicias, la «Edad de Oro», la «Tierra prometida», acariciada antaño por los hombres, las «catedrales de lo superfluo», con más de un millón de diferentes productos al alcance de los fieles, maravillas acumuladas que no se necesitan, que no responden a ninguna lógica de lo útil, sino que remiten al milagro de la fecundidad sin fin. En esas catedrales del consumo el hombre vive unas «Pascuas perpetuas», en las que los objetos consumidos mueren para renacer; y así «el consumo es una religión degradada, la creencia en la resurrección infinita de las cosas, cuya Iglesia es el supermercado y la publicidad, los Evangelios» (35).

El análisis de Bruckner introduce aquí una precisión de interés: se trataría de una *religión animista*, pues la sociedad de consumo ha poblado los hogares, oficinas, lugares de trabajo y espacios de diversión con una legión de «seres» vivos, que respiran y poseen un alma y un nombre, están a nuestro servicio, nos libran del esfuerzo y transfiguran todo lo que tocan. La Publicidad es la gran responsable de este «animismo de los objetos» al convertirlos en personillas alegres y parlanchinas, como los genios y los duendes de las viejas leyendas, a los que confieren el don de lenguas, como los cajeros automáticos que nos dan la bienvenida y nos despiden pronunciando correctamente nuestro nombre y apellidos, a los que dan una personalidad propia; a través de las marcas no se adquieren

(34) PASCAL BRUCKNER: *La tentación de la inocencia*, Barcelona, Anagrama, 1996, págs. 46-84, «El reencantamiento del mundo».

(35) *Ibidem*, pág. 51.

productos de limpieza, sino Mr. Proper; no se comen yogures, sino Danones; no se calzan zapatos, sino Hush Puppies... Todos los objetos que la Publicidad nos brinda prometen, sin rubor alguno, el placer, la limpieza, la blancura, el brillo, el descanso, la felicidad, la juventud y la belleza, grandes mitos de la sociedad de consumo. Los nuevos productos son fetiches, sustancias que hay que saber dominar, son activos, sociables y cálidos: casa «inteligente», teléfono intuitivo, reloj parlante, auto-móvil que nos advierte del olvido del cinturón de seguridad y del exceso de alcohol en nuestro cuerpo, despertadores que obedecen a la voz de su amo... En una palabra, de Bruckner: «La publicidad es una forma risueña de brujería».

El desencanto weberiano ha sido vencido, pues el consumo nos hace un don inesperado: el reencantamiento del mundo, la nueva religión secular, a través de los ritos que se celebran en lo que Ritzer llama «catedrales del consumo, los nuevos medios y lugares del consumo, que poseen un carácter encantado, a veces incluso sagrado y religioso para mucha gente (36). Los espacios en los que el rito del consumo se celebra deben poseer un carácter encantado, mágico, fantástico. Se ha podido comparar así un viaje a Disneylandia con una peregrinación a Lourdes, y super-librerías norteamericanas, como Barnes o Noble, han sido bautizadas como las «catedrales de la letra impresa». Las grandes superficies comerciales serían lugares donde la gente va a practicar la religión del consumo, y sin duda tienen mucho en común con los centros religiosos de las antiguas civilizaciones, son mucho más que empresas comerciales. Como aquellos lugares sagrados, las gran-

(36) GEORGE RITZER: *Enchanting a Disenchanted World*, Londres, Sage, 1999, págs. 8-22.

des superficies colmarían la necesidad que la gente tiene de contactos cálidos con otros y con la naturaleza (árboles, agua, plantas, flores...), así como la necesidad de participar en un festival, de vivir en comunidad, de jugar y disfrutar de una fiesta... El riesgo y el desafío de las «catedrales del consumo», recuerda Ritzer, es similar al de los lugares de culto religioso muy frecuentados: cómo mantener el encanto y, al mismo, atender a las necesidades de organización, racionalización y burocracia que optimicen su eficacia y su influencia.

Las «catedrales del consumo» proliferan en el mundo occidental. No todas, por descontado, poseen la misma aura sagrada. Ritzer detalla, como las más importantes, *los restaurantes de comida rápida* (McDonald, Pizza Hut, Kentucky Fried Chicken, Wendy's...), *las cadenas de supermercados, de drug stores, de boutiques y tiendas de élite* (Calvin Klein, Valentino, Ralph Lauren...), *los catálogos de ventas* (14.000 millones en Estados Unidos a fines de los 90), *las grandes superficies* (las mayores del mundo en Alberta, Canadá, en Minneapolis, y en Los Ángeles, con 200 tiendas y 30 minicines...), *Internet*, en fulgurante crecimiento, *las supertiendas de descuentos* (Wal-Mart, que vendió a finales de los 90 por valor de 105.000 millones de dólares), *los cruceros* en sus diversas versiones, para familias, para gays, para naturistas... (con casinos, clubes nocturnos, spas, supermercados, bares, etc.), *los casinos* (sólo Las Vegas tiene más de 100.000 habitaciones de hotel...), *las cadenas de centros de diversión para adultos*, con bares, minicasinós, restaurantes, todo tipo de juegos y juegos virtuales, *cadenas de restaurantes temáticos* (Hard Rock cafés, camareros disfrazados, minimuseos incorporados a la sala del restorán, espectáculos..., tiendas de «souvenirs» cuyos productos dan prestigio a los visitantes que los adquieren)...

Lo que caracteriza a todas estas «catedrales del consumo», además de la evidente de inducir al superconsumo y mantener en él al consumidor escamado, es su capacidad de seducir y reencantar al hombre desencantado. En su examen crítico de la tesis weberiana sobre el origen calvinista del capitalismo, Campbell propone una nueva hipótesis: el estudio de Weber, exacto en sí mismo, no tiene en cuenta que en el calvinismo tardío germinaban ya elementos de emocionalismo, y se buscaban las pruebas o signos (de salvación) en el buen gusto, en la belleza y la bondad. De ahí la tendencia de los calvinistas en sus últimos tiempos a seguir la moda, a consumir con avidez y fantasía, al lujo y al hedonismo. De ahí, también, que el espíritu del consumismo moderno conduzca a un capitalismo romántico y reencantado (37). Adela Cortina profundiza en esta nota de reencantamiento del consumismo con su feliz distinción entre el acto de «ir a comprar» —motivado por una necesidad, lo que suele implicar cálculo, regateo, tarea escasamente gratificante, incluso fastidiosa, y habitualmente a cargo de la mujer— y el de «ir de compras», a solas o en compañía, «por esos amplios centros comerciales, en los que todo está a mano, desde los alimentos a la ropa, desde el espacio de recreo para los niños a la peluquería, las cafeterías, los cines y las tiendas de informática... La entrada del consumo en el recinto sagrado de las acciones que se buscan por sí mismas, por su valor felicitante. Esta es una de las claves del consumismo actual» (38).

El consumismo nos hace felices, nos concede un plus de vida, reencanta nuestra realidad cotidiana y nuestro problemá-

(37) COLIN CAMPBELL: *op. cit.*, págs. 138-153.

(38) ADELA CORTINA: *Por una ética del consumo*, Madrid, Taurus, 2002, págs. 88-89.

tico y angustiado mundo, en riesgo constante de catástrofes, euforiza nuestra existencia a través de los ritos y ceremonias de las «catedrales del consumo», nos libera de la opresión y de las fatigas del mundo exterior; poniendo a nuestro servicio miles de servidores electrónicos dotados de un «ánima» propia, aumenta nuestro poder; nos convierte en «dioses protésicos», da sentido a nuestra vida, nos instala en un nuevo hábitat en el que reina el hedonismo, la libertad, la fiesta perpetua, la «Tierra prometida», la Edad de Oro perdida y ahora recuperada.... O, por lo menos, el consumismo nos promete todo eso y mucho más. ¿Qué le falta para ser proclamado y ensalzado como una nueva Religión, merecedora de nuestro fervor y devoción? ¿Exageración? Hágase un acto de fe, como todas las religiones exigen, en la sagrada palabra de la Publicidad, contémplese la euforia de la buena gente en sus visitas reverenciales por los grandes almacenes y las grandes superficies comerciales, asístase a los exultantes ritos de las rebajas de enero o del verano y a las ceremonias de las Primeras Comuniones y las Bodas, recuérdese la conversión de la Navidad en una fiesta agotadora de compras y regalos, hojéense las páginas de los semanales de los grandes diarios nacionales dedicadas a las maravillas la decoración, el maquillaje, el mobiliario, la moda o los mismos manjares, piénsese en que los domingos, sin tiendas y comercios abiertos, la gente se siente melancólica y aburrida, como si algo esencial les faltara, algo esencial que diera sentido a sus vidas, y la nueva Religión del Consumo, venciendo incredulidades y recelos, nos impondrá su presencia real y su dudosa gloria.

La Religión del Consumo deberá enfrentarse en los próximos años con otra Religión emergente, la de la Ecología, el culto a la Madre Naturaleza, a la naturalidad, entiéndase como

se entienda, en costumbres, hábitos y estilos de vida. La Religión del Consumo tiene a su favor a los economistas y sus aliados, el (de momento) invencible ejército de multinacionales, empresas de todo tipo, negocios limpios y sucios, «catedrales del consumo» y la diosa Publicidad, sin olvidar, faltaría más, la inmensa legión de consumidores con sus necesidades reales o falsas, pero siempre acuciantes. La Religión de la Ecología sólo cuenta con un puñado de fieles, los ecologistas, los «verdes, algunas ONG, muchos científicos, algunos filósofos, y una creciente opinión pública a favor de la calidad de vida y en contra del despilfarro consumista y el suicida maltrato del medio ambiente. Y no hay que olvidar que «la calidad de vida de los hombres del mundo rico significa a corto o largo plazo un aumento en la cantidad de vida de los hombres pobres» (39). Si se entiende por calidad de vida, claro está, cortar los excesos del crecimiento económico, sacrificar parte de la cantidad a la calidad, convertir el crecimiento en desarrollo armonioso y de rostro humano, dejar de explotar vorazmente los recursos de los pueblos pobres, aceptar un estilo de vida más espiritual y austero, restaurar el orgullo en la prudencia, luchando contra el conformismo ante los medios de persuasión y lavado de cerebro empleados por la Publicidad, y resucitando el valor de la austeridad, hoy ausente en el vocabulario del hombre occidental.

La opinión pública se está convirtiendo rápidamente en el quinto poder; como las manifestaciones y las protestas contra la guerra de Irak lo han demostrado; nuevo poder que, al menos en algunos países occidentales, puede llegar a constituir

(39) JUAN GONZÁLEZ-ANLEO: *Consumid, empobreceos, destruid la tierra*, op. cit., págs. 194-201.

un poderoso desafío que se enfrente con éxito a los fanáticos creyentes de la Religión del Consumo. La gran cuestión, el gran interrogante está abierto: ¿de parte de qué religión, del Consumo o de la Ecología, se pondrán los cristianos de los países ricos?

SER, TENER, CONSUMO

ANDRÉS TORNOS

Profesor Emérito de la Universidad P. Comillas

Hay expresiones que parece que existieron siempre, porque no se sabe cuándo ni por qué se pusieron en circulación. No es éste el caso de la fórmula «*ser y tener*», que denuncia condensadamente la tensión corrosiva propensa a surgir entre nuestro ser y nuestro poseer. La lanzó en 1935 Gabriel Marcel cuando la eligió como título para el libro en que iba a publicar sus reflexiones filosóficas de por entonces. Y ella en seguida haría fortuna. No sólo en el campo de la filosofía existencial, en el que Marcel (1889-1973) iba a ser pronto una figura reconocida. De ese campo saltó a las literaturas del humanismo militante y se vulgarizó desprendiéndose de sus orígenes. Todavía en 2002 ha dado nombre a un film francés de enorme difusión, expresivo de la gran categoría humana de una insignificante escuela rural francesa (1).

Entre tanto, la fórmula *ser/tener*, desde la *Populorum Progressio* n.º 19, había echado raíces en la Doctrina Social de la Iglesia y retorna desde entonces constantemente cuando se retoma la problemática del consumo. Y por supuesto que sería impropio querer desentrañar del todo lo que quiere

(1) El film narra el acontecer diario de la escuela de St. Etienne sur Usson, en Auvernia, donde todavía en el año 2000 un solo maestro, Jorge López, tiene a su cargo a una treintena de alumnos de cinco a doce años, traídos en autobús de varias aldeas.

decirse con ella cada vez en cada caso, guiándose sólo por el sentido originario dado por G. Marcel a la expresión. Porque el significado de ésta, como ocurre con el de otras expresiones y términos cuyo uso se generaliza, va modulándose cada vez que se emplea con arreglo a los contextos en que se incluye. Pero de todas formas va permaneciendo siempre detrás de la expresión algo o mucho de su «filosofía» originaria acerca del hombre, del vivir y de lo social. Por eso no es inútil, para entender más a fondo lo que está bajo la doctrina eclesial sobre el consumo, recordar aquel sentido originario. Esto quieren hacer las siguientes páginas, mirando primero a lo que significó para Marcel la tensión entre el ser y el tener, comentando luego lo que de esta visión de las cosas pasa a *Gaudium et Spes* y a la *Populorum Progressio* y examinando, finalmente, la ulterior evolución que se produce en el uso de los términos *ser/tener* al emplearse, para referirse al consumismo, en *Sollicitudo Rei Socialis* y *Centesimus Annus*.

I. SER/TENER EN GABRIEL MARCEL

Digamos de golpe que la tensión *Ser/Tener* condensa en Gabriel Marcel lo más central de su visión de la condición humana, de su crítica de la cultura de principios del xx y, últimamente, de toda su actividad de pensador.

Pero empecemos por esto último.

Un pensador de principios del siglo xx no tenía muchas alternativas a la hora de situarse en el contexto de su tiempo. Lo que de veras predominaba era una adicción generalizada a la ciencia positiva, derivada de las urgencias y posibilidades creadas por la revolución industrial. El progreso quería espe-

rarse, por una gran mayoría, de la conjunción entre ciencia positiva y desarrollo tecnológico. Y los pensadores, en esta línea, debían ceñirse a definir situaciones, tareas y posibilidades inmediatas, a partir de evidencias comprobables en el presente. Nada demasiado distinto de las utopías científico-positivas, presididas por la tecnología social, que en su tiempo había esbozado Augusto Comte.

Frente a ello no faltaban quienes quisieran reavivar la herencia idealista pensando la humanidad en función de los largos plazos y anchos horizontes en que la había situado la gran tradición idealista, particularmente Hegel. Pero las mayorías no dejaban de encontrar un tanto huecos los grandes edificios de especulación construídos por el idealismo, aunque la renovación e inversión práctica de éstos en la filosofía marxiana de la sociedad y de la historia estaban ya adquiriendo el enorme poder intelectual que tendrían en el segundo tercio del siglo. Y, así, los intentos de reflexionar sobre una base más ancha que el cientismo de lo inmediato eran todavía sólo asunto de minorías.

De todas formas, frente a este clima cientista mayoritario, estaban ya engrosándose distintas corrientes de pensamiento crítico. Y un papel especial desempeñan en ellas los «vitalismos» que desde la segunda mitad del siglo XIX habían marcado con su impronta a una parte de la intelectualidad alemana. Porque un vitalista compartía con los positivismos la inmersión en lo inmediato y el rechazo de la gran especulación. Pero le separaba terminantemente de ellos su convicción de que la razón humana es función del vivir antes que mirada impersonal a un mundo de objetos externos, ideales o materiales. Porque para el vitalista, antes que otra cosa y so pena de falsear lo humano y todo estar en el mundo, el pensar tenía que

ser pensar desde la inmersión de todo su discurrir en los movimientos naturales del vivir. Pensar para asumir lo personal de la vida sería más importante y necesario que pensar los asuntos fragmentados por un razonar despersonalizado.

Sin embargo, estos vitalismos, por su tendencia a glorificar la vitalidad contra la racionalidad, difícilmente podían crear un cuerpo de ideas razonable y coherente, capaz de sustentar corrientes de pensamiento ampliamente compartidas en las sociedades europeas de la época. Pero sin duda crearon un clima y no fue ajena a él la gran resonancia alcanzada en Francia por la filosofía de Bergson primero y luego por el existencialismo. La teoría orteguiana de la «razón vital» también reflejó en España la fuerza de ese clima, aunque suavizando su radicalidad antipositivista.

Junto al positivismo triunfante y el idealismo decadente eran, pues, los vitalismos una «vía tercera» que podían elegir los pensadores de principios del siglo XX para no volverse unos solitarios. Y fue eligiéndola, muy a su modo, como Gabriel Marcel se volvió un personaje público en la escena intelectual francesa. Es de interés el tenerlo en cuenta para captar lo que hay detrás de la oposición entre ser y tener.

Muy a su modo he dicho que la eligió Marcel, desmarcándose con ello, a la vez, de positivistas e idealistas. Y es que parece que le influyeron mucho, al elegirla, la temprana muerte de su madre (cuando él tenía cuatro años) y su conversión al cristianismo (cuando tenía treinta).

Lo primero le había llevado a la aguda conciencia de que todo su ser en el mundo se había gestado en relación con las profundas demandas intersubjetivas de la niñez, unas demandas sin cuya elaboración no hubieran tomado forma sus acti-

tudes intelectuales posteriores. Pues la primera tarea que oscuramente habría asediado a su mente habría sido la de abrirle el camino para llegar a ser lo que iba a ser. Y ese su ser en gestación se le presentaba inexcusablemente como ser en intersubjetividad. Un elemental análisis le llevará más adelante a extrapolar a todo existir humano esta visión de lo que para su discurrir y actuar razonable había importado su impulso de ser en la intersubjetividad.

Lo segundo, la conversión al cristianismo, le obligaría a profundizar más en ello. De esa experiencia salió la segunda de las intuiciones que caracterizan su comprensión del ser y del tener. Cuando se trata de «ser», según esa intuición, uno está implicado y, por tanto, la cuestión no está simplemente delante de uno: uno mismo está en cuestión. Cuando se trata de «tener», por el contrario, la cuestión está delante de uno; entonces le cierra el camino, a menos que la objetive prescindiendo de sí mismo y pueda así resolverla, vendiéndose a las soluciones que se le ofrecen desde fuera. Así, en el mundo del «tener» las soluciones se las ofrecerá a uno la tecnología. Pero si entramos en el mundo del «ser», no hay respuestas prefabricadas. Entramos en relación con lo que nos desborda. O con «el misterio», como él lo llama. Lapidariamente lo expresó en «*Ser y Tener*»:

«El problema es algo que cierra el camino: está enteramente delante de mí. El misterio, por el contrario, es algo en que me encuentro implicado, cuya esencia es, por consiguiendo, no estar totalmente ante mí».

No es nada casual que escribiera «*me cierra el camino*», pues cuando creaba la fórmula *ser-tener* estaba queriendo expresar, primariamente ante sí mismo, lo que le había significa-

do la acogida de la fe. Había tenido que transgredir el cerco del mundo de los problemas aceptables para su generación, poniéndose a sí mismo en juego. Y de nuevo esta su experiencia le ofrecía la perspectiva desde la que miraría a la sociedad y a la cultura de su tiempo, examinándola en cuanto a su ser y tener:

Así es como viene a verla corroída por la constante convocación a objetivar lo inmediato en tanto que problema en el que no se incluye quien ha de actuar. La mente, la voluntad y la acción se absorben en lo que está ante ellas, sin ponerse a sí mismas en cuestión ni asumir las dimensiones de intersubjetividad que están bajo el acceso a las cosas y sobre éstas. Aborda, entonces, lo inmediato como si la abstracción que permite objetivarlo le desligara realmente de la inclusión de sí mismo en sus opciones y de la inclusión de éstas en el destino de la humanidad. De donde se le seguiría la pérdida casi inevitable de toda sensibilidad para lo existencial, el misterio de ser, la integridad y autenticidad personal, la responsabilidad ante otros, lo espiritual. Y, así, el imperio de la tecnología habría creado para la vida diaria un mundo hecho de objetos sueltos y artificiales; de reglas operativas, métodos, recetas y habilidades utilizables en cualquier caso; un mundo en el que podemos habitar rodeándonos de lo que dominamos y despreocupándonos de los valores que nos hacen crecer como personas o haciendo pasar estos valores a un segundo término en que los retenemos hasta nunca.

«Ser», pues, dice en Marcel intersubjetividad, proyección en el tiempo, lo que pronto se llamará *compromiso existencial*, autenticidad. El «tener» como programa dice reclusión de uno sobre sí mismo, inmovilización del ahora, desvinculación, no-verdad.

La fenomenología de Husserl está ofreciendo en este período de entreguerras los instrumentos conceptuales para fundamentar una reflexión que analice en vivo los modos de generarse el mundo vivido, y con Heidegger la fenomenología se ha vuelto interpretación de nuestro ser en el mundo y existencialismo. Gabriel Marcel estaba en esa onda y en seguida empezará a considerársele un existencialista cristiano. En esquema, su concepción del existir auténtico como implicación del sujeto en un *misterio* de esperanza se contrapone a la concepción del existir auténtico de Heidegger, cifrada en asumir nuestro encaminamiento hacia la muerte.

2. «SER» Y «TENER» EN GAUDIUM ET SPES Y EN LA POPULORUM PROGRESSIO

Gaudium et Spes, en su número 35, es el primer documento oficial de la Iglesia que acoge en sí la oposición *ser/tener* lanzada por Marcel. Lo hace al referirse al sentido que debe tener la acción humana en el mundo y se expresa así:

«La actividad humana, así como procede del hombre, así también se ordena al hombre. Pues éste, con su acción, no sólo transforma las cosas y la sociedad, sino que se perfecciona a sí mismo. Aprende mucho, cultiva sus facultades, se supera y se trasciende. Tal superación, rectamente entendida, es más importante que las riquezas exteriores que puedan acumularse. El hombre vale más por lo que es que por lo que tiene.»

No es difícil percibir que estas frases están entendiendo la formulación *ser/tener* desde supuestos aristotélico-tomistas más que existenciales. Porque según los primeros, no según los existenciales, el actuar de todo viviente se ordena a que él

realice su ser esencial, primando siempre el logro de esa auto-realización del propio ser por encima de cualquier otro resultado de una actividad.

Con esto la oposición *ser/tener* adquiere un nuevo significado, sin duda legítimo, pero diferente del que le había dado Marcel. Gana en conexión con las concepciones más tradicionales de la antropología cristiana, y de la antropología del hombre de la calle, que es inconscientemente esencialista y aristotélica. Pero al liberarse así del particular sesgo fenomenológico y existencialista que en Marcel restringía a las élites su ámbito de aceptación, pierde a la vez el filo crítico anti-positivista y el potencial de crítica de la cultura que tenía en su origen.

Esta liberación-embotamiento de la fórmula *ser/tener* tendría también lugar en los números 18 y 19 de *Populorum Progressio*, que razonan sobre el ser y el tener en tres pasos: en el primero establecen que el tener no puede ser fin último del hombre, volviendo con ello sobre las concepciones tradicionales del finalismo jerarquizado de todo actuar. La argumentación puede parecer formal y moralizadora:

«[E]l crecimiento personal y comunitario correría peligro, si la verdadera escala de valores se alterase. Legítimo es el deseo de lo necesario, y trabajar para conseguirlo es un deber: el que no quiera trabajar, no coma. Mas la adquisición de bienes temporales puede convertirse en codicia, en deseo de tener cada vez más y llegar a la tentación de acrecentar el propio poder. La avaricia de las personas, de las familias y de las naciones puede alcanzar tanto a los más pobres como a los más ricos, suscitando, en unos y en otros, un materialismo que los ahoga. Así, pues, el tener más, lo mismo para los pueblos que para las personas, no es el fin último.»

En un segundo paso se hace la salvedad de que el tener, tomado como fin intermedio, permite al hombre ser más hombre, y por eso debe extenderse a todos. Se trataba de una salvedad oportuna y necesaria en una encíclica que quería promover el progreso material de los pueblos menos desarrollados:

«Todo crecimiento es ambivalente. [Es] necesario para permitir que el hombre sea más hombre...»

Hecha esta salvedad, el texto vuelve sobre lo inaceptable de tomar al tener como bien supremo, explicitando los efectos que se siguen de concebirlo así:

«[El tener más encierra al hombre] como en una prisión desde el momento en que se convierte en el bien supremo, que impide mirar más allá. Entonces los corazones se endurecen y los espíritus se cierran; los hombres ya no se unen por amistad, sino por interés, que pronto les hace oponerse unos a otros y desunirse. La búsqueda exclusiva del poseer se convierte en un obstáculo para el crecimiento del ser y se opone a su verdadera grandeza; para las naciones, como para las personas, la avaricia es la forma más evidente de un subdesarrollo moral.»

En este tercer paso el sentido que se da a la antítesis *ser/tener* es más próximo al que originalmente le había dado Gabriel Marcel. Se refiere al cierre de los espíritus, al enceguecimiento para lo intersubjetivo, a la desatención para con el crecimiento del ser; que se producirían por la orientación del actuar al tener. Pero estos efectos se consideran derivados de la perversión de las relaciones interhumanas que se sigue de someterlas al interés en vez de a la amistad. No se asume el análisis existencial de Marcel, que conecta intrínsecamente el ser con la intersubjetivi-

dad y el poseer con la des-subjetivad. Y tampoco se relaciona la deriva hacia el poseer con la pretensión objetivados de una cultura que quiere basar su prosperidad en la tecnología.

3. SER Y TENER EN SOLLICITUDO REI SOCIALIS

En *Laboré Exercens* n.º 20, año 1981, ha vuelto a utilizarse de pasada la oposición ser/tener, pero sin apenas nuevos desarrollos. De nuevo se entiende dicha oposición a la luz de la doctrina del fin último del hombre, recordándose que dicho fin último abarca más aspectos que el tener. De ahí deduce que quienes se comprometen con la causa de los trabajadores, en concreto los sindicatos, no sólo deben luchar para que éstos puedan «tener», sino ante todo para que éstos puedan «ser» más; es decir, «puedan realizar más plenamente su humanidad en todos los aspectos».

Pero en esta última afirmación se advierte un cambio. Y es que, al final, la realización del fin último del hombre se conecta explícitamente con la realización (temporal) de la humanidad en todos sus aspectos. Y no es que esto suponga un cambio en la doctrina del fin último, pero sí que implica una manera temporalizada y terrena de mirarlo, por comparación con la manera destemporalizada y un tanto desterrrenizada de mirarlo que predominaba en la filosofía cristiana más tradicional.

Por este camino avanza mucho más *Sollicitudo Rei Socialis*, que se publica en 1987 para conmemorar los 20 años de la *Populorum Progressio* y actualizar sus análisis sociales. Y éstos, por lo que se refiere a las cuestiones del ser y el tener, se enriquecen en cuanto a cuatro aspectos:

- Se empieza a tener en cuenta lo que implica el tener «como cultura», además de como pauta individual de proceder.
- Al «ser» del hombre (que se opone al «tener») se le mira más existencialmente como intersubjetividad y crecimiento vividos en el tiempo, no sólo como a un «ser» esencial e intemporalmente orientado a su fin último.
- En la misma línea existencial, se visualiza como «evasión del ser» a la cerrazón cultural sobre la búsqueda del «tener». Por tanto: como inautenticidad y autofalseamiento.
- Se observa el carácter antinómico que artificialmente adquieren las categorías del «ser» y el «tener» en las culturas del tener.

Examinemos algo más detenidamente estos puntos.

El número 28 considera desconcertante la constatación de que nos encontramos en unos países, junto al subdesarrollo de otros, *«con una especie de superdesarrollo... consistente en la excesiva disponibilidad de toda clase de bienes materiales para algunas categorías sociales, [la cual] fácilmente hace a los hombres esclavos de la posesión y del goce inmediato... Es la llamada civilización del consumo o consumismo»*.

Por comparación con otros documentos anteriores son nuevas en este párrafo dos ideas: la primera, que aquí el «tener» se relaciona con una manera de ser estructuralmente organizada de ciertas sociedades en ciertos niveles de desarrollo. Ya no es una simple cuestión de vicioso empeño por poseer (o avaricia individual) como en el número 18 de *Populorum Progressio*. Se ha pasado del análisis moral de individuos a un análisis de conductas socialmente fundadas y enraizadas.

Pero a la situación resultante de esta estructura social del consumo se la llama «civilización», lo cual tiende a hacer que ella se vea como un conjunto de circunstancias técnico-económicas exteriores a los sujetos de esas sociedades. No estamos aún en la *Centesimus Annus*, que llama *cultura de consumo* al modo de funcionar la adicción al tener y con eso está denunciando la complicidad interior de quienes comparten esa adicción con el estilo de vida por ella generado.

El número 15, aunque no trata directamente el consumo y el tener, ha recogido otro importante elemento de la interpretación de los sujetos sociales al que Gabriel Marcel daba un gran relieve en su original tratamiento del «tener»: el de la importancia del desarrollo de la «*subjetividad*» para la autorealización de las personas. Dice así, refiriéndose a los totalitarismos:

«Es necesario recalcar que ningún grupo social... tiene derecho a usurpar el papel de único guía porque ello supone la destrucción de la verdadera subjetividad de la sociedad y de las personas-ciudadanos... En esta situación el hombre y el pueblo se convierten en "objeto", no obstante todas las declaraciones contrarias y las promesas verbales.»

Continúa el documento enumerando distintas maneras de producirse la destrucción de la subjetividad por limitación de las libertades de religión, asociación y actividad económica, concluyendo que ellas empobrecen a la persona igual o más que la privación de los bienes materiales. No se ha mencionado expresamente aquí la adicción al tener, pero el número 28 enlazará con esta comprensión de la pertenencia esencial de la subjetividad, en tanto que opuesta al culto del tener, al desarrollo del ser humano. Porque se hará equivaler este desarrollo, incluida la subjetividad, a la realización de la vocación

humana que hasta ahora se había entendido en *Gaudium et Spes* y en *Populorum Progressio* de un modo más bien objetivístico e intemporal (2).

Este ejercicio y expansión de la subjetividad, paralizado o sofocado por la adicción al «tener», se considerará consecuentemente por *Sollicitudo Rei Socialis* como la frustración y desnaturalización en el tiempo de la auténtica realidad de lo humano. Como actualización, por tanto, de una existencia inauténtica, como mentira existencial:

«Todos somos testigos de los tristes efectos de esta ciega sumisión al mero consumo: en primer término, una forma de materialismo craso, y al mismo tiempo una radical insatisfacción, porque se comprende rápidamente que —si no se está prevenido contra la inundación de mensajes publicitarios y la oferta incesante y tentadora de productos— cuanto más se posee, más se desea, mientras las aspiraciones más profundas quedan sin satisfacer e incluso sofocadas.»

Finalmente, la civilización del «tener», al hacer que éste en la vida diaria sofoque al ser y se contraponga a él, hace que los no adictos al «tener» se vean socialmente reducidos a una cierta condición de inferioridad que problematiza la expansión de su ser. Con ello crea una oposición o antinomia entre ser y tener que no es de suyo lógica. Quien no se enrola en la lu-

(2) Dice así este párrafo del n.º 28: «La encíclica del Papa Pablo VI [*Populorum Progressio*] señalaba esta diferencia, hoy tan frecuentemente acentuada, entre el “tener” y el “ser”, que el Concilio Vaticano II había expresado con palabras precisas. “Tener” objetos y bienes no perfecciona de por sí al sujeto, si no contribuye a la maduración y enriquecimiento de su “ser”, es decir, a la realización de la vocación humana como tal».

cha por el «tener» ve reducidas sus posibilidades de «ser» —capacidad para el desarrollo y expansión de su subjetividad e intersubjetividad—. Dice así el párrafo 5 de este número 28 de *Sollicitudo Rei Socialis*:

«Ciertamente, la diferencia entre “ser” y “tener”, y el peligro inherente a una mera multiplicación o sustitución de cosas poseídas respecto al valor del “ser”, no debería transformarse necesariamente en una antinomia. Una de las mayores injusticias del mundo contemporáneo consiste precisamente en esto: en que son relativamente pocos los que poseen mucho, y muchos los que no poseen casi nada. Es la injusticia de la mala distribución de los bienes y servicios destinados originariamente a todos.»

En resumen: para *Sollicitudo Rei Socialis* el culto del tener es ya una forma de civilización que amenaza con destruir la intersubjetividad, falsea o vuelve inauténtico el movimiento auténtico de la vida y encierra a las personas en un dilema: o entrar en la lucha por el «tener» con sofocamiento de su «ser», o no entrar; y verse desposeído de las mejores oportunidades para su expansión existencial.

4. SER Y TENER EN CENTESIMUS ANNUS

La *Centesimus Annus* se publica en el centenario de la *Rerum Novarum*, en 1991. Cuatro años después, por lo tanto, de *Sollicitudo Rei Socialis*. Y como es costumbre en otros documentos pontificios, también ella retoma lo ya dicho, pero desarrollándolo ulteriormente y dando cabida a nuevas perspectivas.

Cinco de éstas merecen mencionarse a propósito del uso y significado de la oposición *ser/tener* y del uso de ella para dilucidar la temática del consumo:

- La cuestión del consumo ya no se plantea sólo como asunto individual, ni siquiera sólo como relacionada con un tipo de estructura social objetivamente ligada al desarrollo económico. Ahora se la mira además como creación cultural, con todo lo que ésta significa de implicación compartida de los individuos en unos determinados modos de entender, valorar y gestionar la realidad.
- El concreto caso de la creación de la cultura de consumo presupone la opción cultural colectiva por la subjetividad individualista frente a la alternativa contraria: la opción por una intersubjetividad en comunión.
- La oposición a la cultura del consumo no puede llevarse adelante por meras tomas de postura individuales. Como toda tarea cultural, necesita implicar a colectivos socialmente visibles afectados por el consumismo, es decir, a consumidores, productores y comunicadores/publicitarios, así como a las autoridades sociales que la sociedad se da a sí misma para organizarse.
- El consumismo, al dar lugar a una ingente creación de desechos y basura, tiene efectos negativos sobre el medio ambiente físico y, en este sentido, es parte importante del problema ecológico. Pero no sólo hay un medio ambiente físico-natural. También hay un problema de ecología humana en la tácita aceptación de una cultura de consumismo.
- El promover las decisiones colectivas gracias a las cuales podría constituirse un ambiente humano diferente del de la cultura de consumo es un imperativo moral, aunque sea un cometido necesitado de especial valentía y paciencia.

Mucho espacio se necesitaría para explicar detenidamente estos puntos, entrando en las controversias que a propósito de ellos pueden plantearse desde la teoría de la cultura, desde el análisis de la relación entre estructura social y cultura dominante, desde un examen de las posibilidades de promover hoy un cambio cultural preconcebido. Pero este apartado se limitará a explicar lo que plantea *Centesimus Annus* sin pretensión ninguna de agotar el trasfondo teórico de dichos planteamientos.

Ante todo, según se observó en el apartado anterior, esta encíclica da el paso de concebir las actuales prácticas de consumo como una cultura, es decir, como una «*concepción global de la vida*» (n.º 26) instrumentada por nuestras sociedades desarrolladas, al hacerse en ellas presentes las nuevas posibilidades que surgen al llegar a interesarse no sólo por *la suficiencia* de los bienes y servicios que se le ofrecen, sino también por *la calidad* de éstos.

Como a tal *concepción global de la vida*, la *Centesimus Annus* atribuye a la cultura, de acuerdo con los grandes clásicos del tratamiento de ésta, la función de guiar en la comprensión, la valoración y la gestión de las tareas humanas. Es decir: no entiende la cultura simplemente como una determinada cantidad de conocimientos, en el sentido que se da a la palabra *cultura* cuando se dice que «*una persona es muy culta*». Tampoco la entiende como la prensa diaria cuando selecciona los temas de su sección cultural. Más bien la entiende como cuando se dice que «*la cultura japonesa es una gran creación de la humanidad*», es decir, como una forma global y socialmente compartida de mirar a las cosas y a las personas, de valorarlas y de tratar con ellas.

Otra característica de la idea de cultura manejada por la encíclica es entender que aquella, en tanto que repertorio de

formas de comprender, ordenar y valorar la realidad, no se sigue mecánicamente de las condiciones materiales en que una sociedad vive. El mismo número 36 lo da por supuesto cuando afirma que, descubiertas nuevas necesidades y nuevas modalidades para su satisfacción, sería necesario que los hombres se guiaran por una imagen integral de lo humano que respetara todas las dimensiones de su ser; *pudiéndose*, por el contrario, subordinar las dimensiones interiores y espirituales de éste a las materiales e instintivas.

De aquí se sigue la importancia del paso dado en la doctrina social de la Iglesia cuando las prácticas de consumo llegan a verse como una cultura y no sólo como pura consecuencia de un desarrollo económico generador de abundancia (la sociedad de consumo, en la comprensión de los economistas). Este paso doctrinal supone que en las sociedades desarrolladas se ha tomado una opción a tenor de la cual la búsqueda de la verdad, de la belleza y del bien (formulación clásica), así como la comunión con los demás hombres (formulación existencial atenta a la subjetividad e intersubjetividad), no son ya los elementos que determinan las opciones del consumo, de los ahorros y de las inversiones.

La encíclica no se detiene en explicar las condiciones bajo las cuales se ha dado este paso, aunque sin duda no pretende que la opción se haya tomado de manera consciente y premeditada. Si quisiera apurarse esta cuestión, la respuesta seguramente hubiera ido en la dirección de repensar, en términos de evolución cultural, las estructuras de pecado que afectarían, según las Escrituras, a toda la humanidad actual.

Pero lo que sí está muy presente en *Centesimus Annus* es que las prácticas de consumo, en tanto que fenómeno cultu-

ral, no se dejan combatir simplemente por actitudes, propósitos y conductas individuales. Dice así el mismo número 36:

«Es necesaria y urgente una gran obra educativa y cultural, que comprenda la educación de los consumidores para un uso responsable de su capacidad de elección, la formación de un profundo sentido de responsabilidad en los productores y sobre todo en los profesionales de los medios de comunicación social, además de la necesaria intervención de las autoridades públicas.»

Seguramente que a un teórico de la cultura le parecería en exceso dirigista esta manera de concebir las acciones de envergadura dirigidas a conseguir el cambio cultural. Pero el texto no trata de teorizar ese cambio; lo que quiere es hacer presente a sus lectores que lo que se hace necesario para reorientar la cultura del consumo tiene unas dimensiones malamente compaginables con el mero enmendar conductas individuales.

El número 37 entra en otro motivo actual, más «terrenalmente evidente», de la necesidad de ese gran cambio cultural por el que aboga: el daño ecológico que causa el consumismo por su desmesurada creación de basura. Con ello aportaría al problema otra dimensión distinta de la que se encierra en la fórmula ser/tener. Pero en seguida vuelve de alguna forma a ella en el número 38, cuando subraya que hay un ambiente humano y no sólo un ambiente físico; una ecología humana y no solamente una ecología en la naturaleza. Dice así:

«Además de la destrucción irracional del ambiente natural, hay que recordar aquí la más grave aún del ambiente humano, al que, sin embargo, se está lejos de prestar la necesaria atención. Mientras nos preocupamos justamente, aunque

mucho menos de lo necesario, de preservar los “hábitat” naturales de las diversas especies animales amenazadas de extinción, porque nos damos cuenta de que cada una de ellas aporta su propia contribución al equilibrio general de la tierra, nos esforzamos muy poco por salvaguardar las condiciones morales de una auténtica “ecología humana”. No sólo la tierra ha sido dada por Dios al hombre, el cual debe usarla respetando la intención originaria de que es un bien, según la cual le ha sido dada; incluso el hombre es para sí mismo un don de Dios y, por tanto, debe respetar la estructura natural y moral de la que ha sido dotado... El hombre recibe de Dios su dignidad esencial y con ella la capacidad de trascender todo ordenamiento de la sociedad hacia la verdad y el bien. Sin embargo, está condicionado por la estructura social en que vive, por la educación recibida y por el ambiente. Estos elementos pueden facilitar u obstaculizar su vivir según la verdad. Las decisiones, gracias a las cuales se constituye un ambiente humano, pueden crear estructuras concretas de pecado, impidiendo la plena realización de quienes son oprimidos de diversas maneras por las mismas. Demoler tales estructuras y sustituirlas con formas más auténticas de convivencia es un cometido que exige valentía y paciencia.»

Finalmente, no deja de ser una novedad el que, junto a los imperativos morales de carácter individual, interpersonal y social, se haga mención, al final del número 36 de este texto, de imperativos morales *culturales*. No se trata simplemente del *enseñar al que no sabe* de los antiguos catecismos, puesto que éste no es el concepto de cultura usado en el documento. Las preocupaciones de Juan Pablo II, al haberse extendido a promover la inculturación plural de la fe, ya habían asumido que la Iglesia y los cristianos tienen deberes específicos en el campo de lo cultural. Pero en este caso descubren esos deberes en el entramado de las relaciones económicas, viendo con lu-

cidez que la injusticia social es, en no pocos aspectos, antes cuestión de cultura que de otra maldad. Y que la problemática cultural no se resuelve simplemente acumulando denuncias y exhortaciones. Si las exhortaciones son necesarias para recordar y urgir deberes, la transformación cultural es antes necesaria, en muchas ocasiones, para que puedan entenderse y escucharse los imperativos de la conciencia.

FINAL

No hubiera podido imaginar Gabriel Marcel que la antítesis *ser/tener*, por él acuñada, iba a verse acogida en la doctrina social de la Iglesia con tanta profusión y variedad de perspectivas. Pues efectivamente aquella antítesis se toma inicialmente en esta doctrina de una manera un tanto maquinal, entendiendo lo significado por ser y tener de una manera más cercana a la filosofía tradicional («ser» como condición humana orientada de una manera atemporal hacia su último fin, «tener» como posesión transitoria de lo material, en tensión con el destino final de la vida). Pero poco a poco va enriqueciéndose y acercándose al sentido existencial que le dió Marcel al relacionarse el ser con la intersubjetividad inexcusablemente perteneciente a la condición humana y temporal de la vida y al relacionarse el sistema del tener con el falseamiento de la verdad de lo humano. Y todavía la misma doctrina social de la Iglesia desborda lo que en principio pensó Marcel al relacionar el tener con una forma de civilización y de cultura.

En la introducción de *Sollicitudo Rei Socialis* el texto subraya que la doctrina de la Iglesia sobre el desarrollo, al haber transcurrido veinte años desde *Populorum Progressio*, necesitaba en-

frentarse con nuevas cuestiones planteadas por el desarrollo mismo, posteriormente a dicha encíclica. También la doctrina sobre el ser y el tener, al haberse desarrollado las sociedades de consumo, nos pone ante nuevos problemas, especialmente ante problemas culturales antes no existentes. Y en este sentido, lo más importante de los últimos documentos no es quizá la materialidad de su contenido, sino el remitirnos a mirar a un nuevo campo cuando se nos plantean las actuales preocupaciones sociales. Como en un momento dado nuestra civilización técnica ha creído necesario ocuparse de lo más grande —viajes espaciales—, a la vez que de lo más pequeño —la estructura molecular del ADN—, también nuestro sentido de humanidad y de justicia parecería remitirnos al conocimiento de algo más englobante —los factores culturales de nuestra convivencia— y a algo más detallista —el análisis de los detonantes del cambio cultural—. Seguramente estas cuestiones ya no pueden seguir siendo *hobbies* para ensayistas. Estamos ante el descubrimiento de la dimensión moral de las culturas.

LA ÉTICA DEL CONSUMO

EN LA DSI

JERÓNIMO GONZÁLEZ HERNANDO

Instituto Superior de Ciencias Religiosas
«San Agustín»

INTRODUCCIÓN

En las sociedades avanzadas el desarrollo se asocia estrechamente con el crecimiento económico y éste se consigue utilizando los mecanismos del mercado como impulsor básico. Se trata de producir cada vez más bienes, que se distribuyen profusamente y son puestos en el mercado a disposición de los posibles compradores. El consumo, reducido en la práctica a la adquisición de los bienes en venta, constituye el motor imprescindible que mantiene la dinámica del capitalismo neoliberal.

Este fenómeno, como pivote inevitable del sistema económico, puede llegar a ser un eficaz mecanismo humanizador, pero también, fuente inagotable de problemas. Sus múltiples efectos afectan radicalmente a la naturaleza, al hombre y a la sociedad, y condicionan el sentido último del desarrollo. El consumismo, haciendo todo vendible, se convierte en el eje de una cultura de lo material, donde prima la obsesión por tener y la pulsión por el mercado. Es asunto, por ello, abordado por la Iglesia junto con los demás factores concomitantes que se relacionan con el capitalismo neoliberal.

Con este enfoque, vamos a considerar algunos aspectos éticos del consumo desde la DSI en sus documentos más autorizados. En primer lugar, analizaremos la relación que, mediante el consumo, establece el hombre con las cosas. Con el actual modo de explotación de los recursos se aviva el peligro de auténtica depredación que arriesga la supervivencia del ser humano. En segundo lugar, veremos el efecto del consumo en los individuos. La deriva consumista, alimentada por hábiles técnicas publicitarias, puede reducir al hombre a categoría de puro consumidor, provocando la alienación de la persona. Por último, abordaremos los efectos sociales del consumo. Un desarrollo, asentado sobre el consumo masivo, genera diferencias y se hace de modo necesario cada vez más desigual. La sociedad del consumo que surge configura una cultura que le es coherente y que, como contrapartida, determina una visión adulterada de la persona y de sus fines.

Ante esta delicada situación, la DSI ofrece orientaciones éticas para un uso creacional de la naturaleza y un estilo de vida cristiano. Así, teniendo en cuenta los parámetros que imponen el progreso y la evolución de la humanidad, ilumina desde la fe el sentido que debemos dar a nuestro consumo.

I. EL CONSUMO OSCURECE EL SENTIDO DE LAS COSAS

En nuestras sociedades desarrolladas, el consumo se ha convertido en un fenómeno omnipresente que se percibe como elemento determinante de la felicidad humana. De modo inmediato, está referido primariamente a los productos del mercado. Sin embargo, con la economía va invadiendo arrolladoramente más espacios de la vida humana y de lo so-

cial. Todo puede llegar a ser objeto del mercado, de manera que el consumo va envolviendo e implicando a todos los bienes de la tierra, hasta convertirse en el modo universal de la relación del ser humano con las cosas. Por ello, el consumo no deja de verse involucrado en el cuestionamiento por el sentido de lo creado para el hombre. Será éticamente correcto cuando en él se respete la correcta relación de dominio, y se verá pervertido cuando las cosas se usen más allá de su propia finalidad.

1.1. El valor de los bienes de la tierra para el hombre

Encontramos las cosas como algo previo y anterior a toda manipulación y gestión. Están ahí, nos son dadas. Constituyen la materia prima que el hombre transforma y consume en su vivir cotidiano para satisfacer sus necesidades. Están en el punto de origen de los bienes de los que se sirve el ser humano para su desarrollo y que se le ofrecen en el mercado para su apropiación y consumo. Esta relación en su simplicidad nos sitúa ante la totalidad de las cosas, nos enfrenta a sus propios límites y suscita la pregunta por el sentido de lo que nos rodea. En el ámbito de la fe cristiana se descubre que las cosas son para cada hombre y para todos los hombres y que su manejo, reparto, distribución y consumo han de tener en cuenta esta finalidad originaria. El relato de la creación en el Génesis (Gn 1, 28-29), cuenta cómo todo ha sido creado por Dios de la nada. El cosmos emerge como realidad creada, ofrecida al hombre, y abierta a un futuro de fecundidad. Todos los bienes han sido creados para el hombre, al que se le confiere el encargo de enseñorear la creación como gerente en nombre de

Dios. Se le confía el dominio y gobierno de los recursos disponibles para el despliegue completo de su vida como ser humano (PP 22 y CA 31).

En este cometido específico del hombre sobre la tierra se expresa una de sus dimensiones fundamentales, la que se abre a la relación con las cosas. El mundo en su totalidad queda situado en el radio de influencia del hombre y de su búsqueda por satisfacer las propias necesidades. Su alcance se extiende a todos los recursos de la tierra, incluidos aquellos que puedan ser descubiertos y utilizados oportunamente. El mundo, enormemente rico y variado, ha sido dado al hombre y está ahí para su uso y disfrute. Posee un eminente carácter instrumental para el hombre, constituido como verdadero señor de las criaturas puestas a su disposición en el mundo visible (LE 4 y 9). En esta dualidad referencial, emerge una dimensión ética insoslayable que determina las características de la relación entre ambas realidades y establece los vectores para determinar el modo de consumo. Apuntan en el sentido de una actitud básica de respeto al ser de las cosas, de una utilización cuidadosa de las mismas y de una radical exigencia de garantizar a cada hombre su trozo de cosmos.

En primer lugar, el cosmos se le ofrece al hombre como medio del que necesita para cubrir su precariedad, que demanda, en respuesta a su generosa disponibilidad, una actitud reverente. Además, en su uso, el ser humano se vive como parte del cosmos, criatura junto a las demás criaturas y junto a los demás hombres. El hombre existe con los demás seres y en proximidad física con la materia que le rodea. Se percibe en el mundo, parte de la naturaleza, y, por ello, solidario con el cosmos que le invita al asombro. Experimenta una cierta afinidad con las demás criaturas y descubre su radical comuni-

dad con la naturaleza. De cara al consumo, esta relación se hace fuente de respeto ante los seres que constituyen su hábitat visible y ante el dinamismo primigenio y vital que manifiestan (SRS 29 y 34). El mundo, en cuanto tiene su origen en la bondad paternal del Creador, adquiere una entidad propia y exige el trato de respeto apropiado a su significado (LE 25).

En segundo lugar, retomando la perspectiva bíblica tan presente en la DSI, la significación de la creación no se agota en su inmediatez cosificante, sino que manifiesta una realidad relacional más plena de sentido. Se da una superioridad del hombre sobre las cosas, una subordinación de éstas al hombre. Sin embargo, en la misma raíz del mandato bíblico se inserta una fuerte relativización del dominio del hombre sobre el mundo. Su existencia transcurre en total dependencia del mundo, pero sus bienes no le pertenecen incondicionalmente. Más allá de la disponibilidad indefensa de los bienes, el hombre está llamado a utilizarlos y a ocuparse de ellos con un determinado límite en el uso y en el consumo. Viene expresado simbólicamente en la prohibición de comer del árbol (Gn 2, 16) cuando al hombre se le impone una limitación que se concreta de manera precisa. Su significado se traduce en el deber de evitar el uso indiscriminado de las cosas creadas y de los productos de la industria humana. El dominio y la apropiación deben llevarse a cabo subordinando la posesión al ser íntimo del hombre como ser libre, hechura de su creador, y a su perfeccionamiento como semejanza divina. En el respeto a la imagen recibida se da el fundamento del poder sobre las cosas y de sus límites (SRS 29).

En tercer lugar, los textos bíblicos no se refieren a un individuo concreto y determinado. Adán y Eva funcionan como arquetipo y representación del hombre, de todo hombre. El cos-

mos es creado como don y regalo para el hombre, para todo el hombre y para todos y cada uno de los hombres (GS 69). Los bienes de la tierra son dados como propiedad común para todos sus habitantes, y son revelación de una esencial igualdad de todo el género humano, que descalifica cualquier posición de privilegio ante lo creado. La fe en Dios creador imposibilita cualquier tipo de exclusión en el disfrute de las cosas. El mundo es para todos y no cabe justificación posible para situar a nadie al margen de su utilización (CA 30 y 31).

1.2. Degradación cosificadora del consumo

El hombre, atravesado por el pecado, es susceptible de utilizar la creación de un modo no coherente con su naturaleza. Las circunstancias de la economía de mercado empujan a un tratamiento improcedente de los recursos y elevan el riesgo de romper su correcta ordenación. Los logros de la ciencia y la tecnología van dotando al hombre de mayor capacidad de producir una variedad inmensa de bienes de consumo y de ponerlos de forma inmediata en el mercado. La humanidad cuenta con potencial suficiente para satisfacer sus crecientes necesidades y con poderosos mecanismos para lograrlo. Sin embargo, el fenómeno de un consumo desbordante pone de manifiesto que los bienes, destinados a colmar necesidades de humanización, no se usan para el hombre y para todo hombre, sino para los intereses particulares de algunos individuos. No pocas veces, el dinamismo finalista de las cosas se agota en el hecho mismo de su mera adquisición o en su explotación en aras del capricho y del provecho egoísta. Dentro de esta visión consumista, el individuo, dominado por la corta perspectiva de su satisfacción inmediata, se apropia de las co-

sas de modo compulsivo. Pillado en el movimiento acelerado de la continua acumulación, se cree justificado para usar y abusar del mundo y esquilmar los recursos de la tierra sin ninguna consideración ecológica. Con este trato degradante, los bienes pierden su valor intrínseco, acortan su dimensión relacional y quedan transformados en objetos de consumo. En esta fiebre de la compra, incluso el hombre, inmerso en el mercado, puede verse reducido a objeto de consumo.

Cuando se desborda así el dinamismo creacional del cosmos, se acumula un déficit de relieve significativo, se pervierte radicalmente su sentido y se destruye toda pretensión de racionalidad del mundo creado. Los principios económicos del consumo difieren del señorío bíblico y generan en el individuo una actitud prepotente que conduce al descuido y al dominio irresponsable de lo creado. Cuando el hombre, en vez de colaborar solidariamente en el desarrollo del mundo, tiraniza sin respeto los dones de la naturaleza y sobrepasa el marco de sus leyes, introduce un inexorable principio de corrupción. El consumo descontrolado prescinde de la más mínima consideración a las exigencias de mantenimiento y conservación de la naturaleza y aboca a una actividad productiva, que desencadena la tragedia ecológica. Se distorsionan los procesos naturales, se deteriora el medio ambiente y se descuida irresponsablemente el lugar que ha de ser morada para las generaciones venideras.

Es necesario, por ello, respetar la subordinación natural de los seres y modular éticamente el consumo y la apropiación de las cosas, exigiendo en su manejo una clara proyección de corte ecológico (SRS 30). Queda totalmente fuera de lugar el dominio despótico que supone la utilización de la tierra que, en vez de tutelarla, la exprime y la esquilma. El cuidado con-

fiado al hombre no es un poder absoluto de uso y abuso, no es un permiso para disponer como mejor le parezca. La creación se le entrega no para ejercer un señorío aristocrático y absoluto, sino como administrador y gerente para que la guarde y la cuide lejos de toda explotación egoísta. Se le da una potestad regia y vicaria para tutela de lo enseñoreado en cuanto esencial para toda vida actual y futura. Veámoslo con más detalle.

1.3. El problema ecológico derivado del consumo

Sin duda, la creciente sensibilidad ecológica es un signo positivo y esperanzador que puede iniciar un cambio de la tendencia generalizada al consumismo. Se percibe en la sociedad una mayor preocupación por las implicaciones de nuestra actuación sobre el medio ambiente. La *«mayor conciencia de la limitación de los recursos disponibles, [y] la necesidad de respetar la integridad y los ritmos de la naturaleza y de tenerlos en cuenta en la programación del desarrollo»* presiona en no pocos foros internacionales. Se reconoce el valor y la fragilidad de la naturaleza y aumenta la conciencia del riesgo a que está sometido el equilibrio de los sistemas ecológicos. Podemos afirmar, con Juan Pablo II, que *«no todo es negativo en el mundo contemporáneo»*, donde tampoco faltan elementos positivos (SRS 26).

Sin embargo, domina la preocupación cuando persisten numerosos mecanismos ecológicamente perniciosos, derivados de la praxis consumista, y que no desaparecen a pesar de compromisos formales e insistentes denuncias. El actual desarrollo económico global también lleva asociados múltiples efectos negativos, con un matiz de especial dramatismo en

aquellos aspectos estrictamente vinculados con el modo de producción y consumo masivos. No es un problema nuevo y de última incorporación a la reflexión y denuncia de la Iglesia. Ya Pablo VI se hacía eco de la degradación producida por la explotación inconsiderada de la naturaleza (OA 21) y, recientemente, Juan Pablo II recuerda cómo el hombre, impulsado más por tener que por ser, consume de manera excesiva y desordenada los recursos de la tierra y desgasta en ello su misma vida. Como consecuencia más grave hace notar que disponer arbitrariamente de las cosas y someter de modo despótico la tierra, traiciona el destino del don de Dios. Este proceder olvida que un abuso de los recursos alejado del cuidado razonable puede provocar la rebelión de la naturaleza tiranizada. Señala el error antropológico que anida en la raíz de la destrucción insensata del ambiente natural, cuando el hombre, carente de una actitud desinteresada y gratuita, se inhibe de sus deberes y cometidos para con la naturaleza. No sólo atenta peligrosamente contra la posibilidad de desarrollo de gran parte de la humanidad contemporánea, sino que compromete también la debida a las generaciones futuras (CA 37).

Ante el riesgo real de desastre ecológico, asociado a un desarrollo basado en el ciclo producción-mercado-consumo, es pertinente recordar que el hombre no puede pretender el poder absoluto de uso y abuso, ni patente de corso para disponer de lo dado a su antojo. La utilización de los recursos de la naturaleza no escapa a las exigencias morales que imponen límites al consumo. No se pueden escamotear las graves consecuencias de la contaminación del ambiente para la salud y la calidad de la vida humana sobre la tierra. No se puede encubrir la continua proliferación indiscriminada de mecanismos de

producción y consumo, que esquilman el medio ambiente de modo a veces irreversible, sin reparar en los graves efectos de su degradación. Por ello, se hace necesario introducir una limitación radical a la explotación irresponsable de la creación provocada por la exaltación del consumo.

Con estas premisas, el magisterio más reciente propone algunas orientaciones para una utilización respetuosa de la naturaleza. Quizás parezcan elementales, pero no por eso son menos exigentes en sus implicaciones. Recogemos las más relevantes (SRS 34):

1) No es aceptable el enfoque individualista que se rige únicamente por el propio interés y adopta un criterio egoísta. Por ello, las diversas categorías de seres no deben ser utilizadas «impunemente», es decir, como mejor apetezca a cada uno y según las propias exigencias económicas.

2) Es necesario hacer operativa la convicción de que los recursos naturales no son siempre renovables. Son finitos y su inevitable agotamiento impone la necesidad de una limitación real a su explotación. Cuando se usan con un dominio absoluto, inducido por una premisa ciega de inagotabilidad, se restringe injustamente su acceso a gran parte de la humanidad actual y se pone seriamente en peligro su disponibilidad para las generaciones siguientes.

3) Tampoco se debe olvidar cómo el consumo o la producción para el consumo conllevan, como resultado directo o indirecto, una masiva contaminación del medio ambiente. Su extensión alarmante acarrea graves consecuencias para la calidad de la vida sobre el planeta.

4) La destrucción irracional del ambiente natural y del ambiente humano conduce también a una seria consideración

sobre lo que Juan Pablo II llama «ecología humana». Se trata del deber de salvaguardar las condiciones morales de una auténtica vida humana para todo hombre. Se trata del respeto por el ser humano que es don de Dios para el mismo hombre (CA 38).

Y con esto pasamos a las personas.

2. EFECTOS DEL CONSUMO EN LA PERSONA

El modo de relación del hombre con las cosas tiene sus efectos constatables sobre la naturaleza, pero también afecta profundamente al hombre, hasta llegar a configurarlo según un modelo determinado. Así, al tratar de analizar el perfil de individuo inducido por el consumo, se observa el papel dual que desempeña el hombre. Se desenvuelve como impulsor de su funcionamiento, creando multiplicidad de bienes que luego adquiere para su uso.

2.1. El hombre como elemento del mercado

La economía de mercado maneja unos bienes y servicios en cuyo origen se halla inevitablemente el hombre. Para poner en el mercado los bienes y servicios, actualmente muy elaborados, alguien tiene que haberlos producido. Los múltiples productos no se encuentran espontáneamente en la naturaleza, sino que se obtienen con el esfuerzo y el trabajo del hombre en la empresa. Son el fruto de la actividad del hombre que, por ello, queda clasificado dentro de la estructura económica como elemento productor. Por otra parte, el individuo que vemos en el origen de la cadena del consumo también

funciona como finalizador de la misma. Los bienes y servicios producidos y puestos en el mercado para satisfacer necesidades completan su ciclo cuando llegan a manos del hombre en su papel de consumidor y son consumidos. Ya no se busca primariamente satisfacer necesidades, sino consumir productos y aumentar el volumen económico, de manera que el hombre queda relegado a mero consumidor y receptor de material sobrante.

Para el individuo, el hecho de producir adquiere sentido desde la necesidad de obtener y acumular recursos para consumir lo producido. Normalmente, en forma de dinero, como reflejo del valor de la actividad productiva de la persona para el sistema, y dador de valor al individuo, cuando se mide por su potencial de consumo. En esta dinámica la posición del individuo en la sociedad viene determinada, casi exclusivamente, por su personal capacidad adquisitiva y de endeudamiento, entrando decididamente en la perspectiva del tener. Se consumen objetos y bienes mirando sólo al tener, sin preocupación por el ser, y la persona, lejos de mirar a su perfección, queda reducida a su capacidad de movilización del mercado. El consumo queda elevado a la categoría de función esencial del sistema, a la que se subordina el individuo. El acto de consumo se convierte para el hombre en acto que confiere sentido y, por ello, en vía de realización humana (PP 19 y SRS 28).

2.2. El consumo impulsado por la publicidad

Ahora, dentro de la dinámica de crecimiento económico generalizada, la capacidad de consumo necesita un aumento continuo para poder absorber toda la producción y propor-

cionar el drenaje adecuado. El fenómeno de la tecnificación da lugar a una superproducción, que genera una disponibilidad excesiva de toda clase de bienes materiales. Sería un contrasentido detener el ciclo productivo y disminuir la presión del mercado; por ello, se hace necesario equilibrar la multiplicación de la oferta y mantener perpetuamente la actividad consumista. Nada mejor que crear nuevas apetencias y diseñar nuevas modalidades de satisfacción que incrementen el consumo como potente elemento de alivio. Mediante las múltiples opciones de producción y consumo, se fabrican necesidades novedosas dirigidas a los instintos. En la mayor parte de los casos, no importa que sean irreales y falsas si suscitan el deseo, motivan el consumo y facilitan la salida a los productos. Así, se crean hábitos de consumo y estilos de vida, sin prestar atención a que pueden resultar objetivamente ilícitos y, con frecuencia, perjudiciales (CA 36). La solución al juego multiplicador de necesidades se pone en una mecánica consumística de tono permisivo y superficial. Entramos de lleno en pleno fenómeno del consumismo, que configura la sociedad del consumo, la del despilfarro, y la del usar y tirar. Esta sociedad, denominada también del bienestar, se mueve en el terreno del puro materialismo, confinando al hombre en la esfera de lo económico y de la satisfacción de las necesidades materiales (CA 19). De modo insensible, inculca el convencimiento de que este modo de comportamiento, aunque se produce con independencia de toda ley moral, es el único correcto para la realización del hombre y la humanidad. Como resultado final, el individuo queda encerrado en un egoísmo perjudicial y alejado de toda preocupación social (CA 55).

No se nos escapa el papel preponderante que juega la publicidad como potente aliada en esta continua aceleración del

consumo. Las empresas, buscando beneficios, se mueven en un mundo de competencia despiadada, donde por todos los medios, disputan una cuota de mercado que les es vital para defender su posición. Como consecuencia, viene denunciando la DSI hace tiempo, aflora «una competencia desmedida [que], utilizando los medios modernos de publicidad, lanza continuamente nuevos productos y trata de atraer al consumidor» (OA 9). Los modernos métodos publicitarios fabrican sin reposo nuevas necesidades y se diseñan sofisticadas técnicas del marketing, capaces de generar carencias inducidas y de crear necesidades de lo superfluo, que se solucionan en la posesión y el goce inmediato, sin otro horizonte que la multiplicación de objetos a consumir o su continua sustitución por otros más perfectos. Así, esta inundación masiva de mensajes propagandísticos por los medios más rebuscados, acaba por crear innumerables necesidades del todo artificiales y que conducen al abuso consumístico (SRS 28 y 29).

2.3. La alienación del consumismo

Como vemos, los medios de comunicación social, con la fuerza persuasiva de insistentes campañas, manipulan descaradamente a los consumidores. Mediante procedimientos rebuscados, imponen modas y corrientes de opinión, sin dejar el menor resquicio para un examen crítico de las premisas sobre las que fundan sus mensajes (CA 41). La presión de la abundante oferta, que se publicita sin oposición alguna, fomenta un tipo de hombre marcado por el consumo y empujado al más puro consumismo. Para éste, la acción de consumir no va más allá del mero acto de compra, y el consumo concluye con la compra, cuando el objeto poseído es simul-

táneamente desechado. Se establece un mecanismo en el que la pulsión del deseo se satisface de modo inmediato y efímero, liberando espacio para el nacimiento de nuevos deseos que alimentan la espiral del consumo. Cuanto más se posee, más se desea, de modo que este desmedido afán y su contagio social despiertan el prurito infinito del deseo y producen en el consumidor una radical insatisfacción. La ciega sumisión al puro consumo se traduce así, en un materialismo craso que agosta las potencialidades beneficiosas del normal uso de los bienes y las dimensiones más nobles de la persona (SRS 28).

«Se puede uno preguntar, por tanto, con todo derecho, si, a pesar de todas sus conquistas, el hombre no está volviendo contra sí mismo los frutos de su actividad. [Si] no se está convirtiendo ahora en esclavo de los objetos que fabrica» (OA 9). La excesiva publicidad de valores utilitarios está provocando una dinámica del instinto, de la tendencia al goce efímero y de la pura apropiación en la que resulta muy difícil el reconocimiento de los verdaderos valores (CA 29). Al subordinar las necesidades interiores y espirituales a las externas y materiales, se rompe la imagen integral del hombre y se pierde el respeto a todas las dimensiones de su ser. «Cuando el hombre es considerado más como un productor o un consumidor de bienes que como un sujeto que produce y consume para vivir, entonces pierde su necesaria relación con la persona humana y termina por alienarla y oprimirla» (CA 39). Acentuando el producto por encima de la necesidad, resulta superfluo cualquier intento de priorización de las necesidades humanas.

Si se pone como objetivo y fin en sí mismo el producir y consumir bienes, si se antepone el tener al ser y se prefiere el gozar al realizarse, entonces, se pierde el valor y sentido de

la existencia y se genera la más radical alienación de la persona. En la sumisión al consumo, se verifica el extrañamiento del ser propio del hombre, y se extiende a toda la sociedad cuando sus formas de organización social se polarizan alrededor de la producción y el consumo (CA 41). Por ello, los mecanismos del consumo se convierten en un pesado lastre que impide la apertura del hombre a sus dimensiones de crecimiento. En su afán consumista, el individuo se empequeñece, se vuelve incapaz de escuchar la llamada a realizarse como hombre y pierde su fundamental referencia a sí mismo. Recorta radicalmente sus dimensiones relacionales como persona y elimina su esencial referencia al otro como sujeto. Además, en contraste irreconciliable con la concepción que le hace imagen de Dios, corta las vías de acceso a la trascendencia y se hace extraño a sí mismo. En resumen, la persona encerrada en la pulsión del consumo pierde sus referencias esenciales, diluye peligrosamente su identidad y queda completamente aislada.

Ante esto, poniendo el contrapunto, la DSI propone una imagen integral del hombre que sirva de guía para escapar de este círculo perverso del consumismo. Es verdad que no desciende al terreno de los criterios concretos tan dependientes de las formas últimas de producirse cada sociedad, pero sí que propone como remedio una correcta organización cultural de los valores. En esta línea, Juan Pablo II, en su encíclica CA, insta a eliminar aquellas formas de consumo que son contrarias a la dignidad humana y traspasan el terreno de la licitud, e invita también a promover un modo de vida sobrio y austero, que permita una mejor distribución y disfrute universal de los bienes de la tierra (CA 36).

3. IMPACTO SOCIAL DEL CONSUMO

Siguiendo su onda expansiva, el consumo generalizado y contagioso afecta de alguna manera a todas las personas llegando a tener una indudable repercusión social. La sociedad actual está metida en un desarrollo polarizado en un crecimiento económico ininterrumpido y que sólo puede prosperar pivotando sobre el consumo exhaustivo de la producción. Esta situación, impuesta por el tipo de desarrollo, va consolidando comportamientos y formas de vida modelados alrededor del consumo y configura un hecho cultural característico, de serias consecuencias para la realización de la humanidad en sus valores más altos.

3.1. El desarrollo basado en el consumo

En el desarrollo actual de los mercados, el consumo se convierte en motor decisivo de la economía y, por ello, es percibido como instrumento principal para la realización del bien común. Desde esta perspectiva, el consumo adquiere una dimensión ética propia y se sitúa como punto de partida y justificación de comportamientos en el ámbito social. Para su evaluación se hace imprescindible analizar el vínculo establecido entre desarrollo y consumo, y los efectos que produce.

El desarrollo es consecuencia de la índole dinámica de la presencia del hombre sobre la tierra, que, para la fe cristiana, es entendida en términos de llamada a la tarea de realizarse como humanidad. Al hombre, en cuanto ser social y solidario, se le propone el cometido de su propia construcción y la de toda la humanidad, que ha de ser totalizadora e integral. Pues bien, el consumo como su primer motor introduce determina-

dos acentos económicos, que si bien son movilizadores y creadores de progreso, no dejan de generar un problema social serio. La DSI lo viene detectando, lo denuncia y lo esclarece desde sus propios principios. Reconoce los indudables aspectos dinamizadores que acompañan al desarrollo actual, pero también pone en evidencia su insuficiencia ante la posibilidad de un auténtico desarrollo digno de la humanidad. En sus documentos recientes, Juan Pablo II profundiza los mecanismos del arco producción-mercado-consumo, denuncia las nefastas distorsiones que provoca y anuncia los caminos del verdadero desarrollo. Expresa la necesidad de superar el desarrollismo o superdesarrollo, que consiste en una excesiva disponibilidad de toda clase de bienes materiales, pero sólo para algunas categorías sociales, y está ligado a un consumo que sólo entiende de crecer por crecer (SRS 28). Este desbordamiento asimétrico del consumismo produce una inevitable desigualdad y se convierte en fuente de discriminación. Hace más difícil la solidaridad interhumana y se descubre como causa indefectible de injusticias sociales (CA 41). Veamos cómo.

Un aspecto decisivo del consumo, como impulsor del desarrollo, es la necesidad de su continuo y acelerado funcionamiento; hay que dar salida a los bienes de consumo en el mercado mediante su venta. Condición necesaria para ello es la existencia de multitud de individuos con un alto poder adquisitivo. Una venta sólo se puede llevar a cabo cuando se encuentra un comprador que pueda pagar y que esté dispuesto a pagar. Como consecuencia, la producción de bienes queda absolutamente orientada a las demandas reales o ficticias de quien tiene solvencia económica. Con esta premisa, el consumo se manifiesta como potente elemento discriminador; que separa de modo efectivo a los individuos. Excluye por una doble vía.

Por un lado, aparta a los muchos que carecen de recursos para comprar; por otro, olvida la producción de bienes poco rentables, aunque pudieran servir para cubrir las necesidades de los económicamente más débiles. El consumismo modela un mercado opaco a las carencias de los pobres, porque antepone lo vendible a lo necesario y a lo básico (CA 34). Hace del fenómeno del consumo un contribuyente nato a la espiral de acumulación y motor de un desarrollo injusto. Como consecuencia final de tanta disparidad, se llega a una de las mayores injusticias del mundo contemporáneo, que consiste, precisamente, en que son relativamente pocos los que poseen mucho y muchos los que no poseen casi nada (SRS 28).

La desaparición de tales efectos demoledores se conseguirá cuando el esfuerzo de crecimiento se concentre en la tarea continuada y decidida por un desarrollo adecuado y verdadero. Los principios de fondo deben descansar en la idea de que la finalidad fundamental de la producción no es el mero incremento de los productos, ni el consumo, sino el servicio del hombre, del hombre integral y de todo hombre sin distinción (GS 64). Los tiempos de la globalización demandan un desarrollo no reducido a un pequeño conjunto de variables económicas de progreso y consumo, sino un desarrollo integral y solidario para ser global (PP 14).

3.2. La cultura del consumismo

Entrando en el ámbito de lo cultural, las tecnologías de la información y las comunicaciones están promoviendo una globalización del consumo que, desbordando su vertiente económica, compromete toda la existencia humana y se imbrica en la vida social creando cultura. En este largo proceso de trans-

formación, emerge la realidad de un mundo único, en el que el consumo se convierte en hecho social que supera las fronteras y llega a toda la humanidad. Se está configurando una cultura específica y universal, cuyas peculiaridades vienen inducidas por el capitalismo transnacional, que mundializa una clara primacía de los valores económicos. Adopta el mercado como principal matriz cultural para todos los pueblos y se decanta alrededor del consumo como parte esencial, configurando un estilo de vida de la posesión. Madurando en la dinámica del ciclo producir-vender-consumir, se hace omnipresente a través de la publicidad y se extiende de manera hegemónica a través de las industrias de los medios de comunicación de masas.

Aunque suponga alguna reiteración de lo ya expuesto, merece la pena esbozar someramente los rasgos generales de esta cultura como concepción global de la vida. El individuo, amenazado por una confusión permanente entre deseo y necesidad, se siente estimulado de modo continuo a querer más de lo que realmente necesita para su vida. No pocas veces esta presión le hace sucumbir a la convicción subjetiva de que lo que desea es aquello que necesita. Dentro de esta visión cultural, los bienes de consumo ofrecidos como objetos de mercado se ven cargados de un determinado valor simbólico. En este sentido, resulta paradigmático el fenómeno de la marca que, sin tener en sí misma un valor de uso, se convierte en portadora de imagen y, de este modo, adquiere un indudable valor de consumo con su inevitable repercusión económica. Es síntoma de una cultura que exagera el impulso mimético a identificarse con los patrones de consumo que ofrece la publicidad. Se introduce la creencia en una felicidad humana centrada en el poseer, que resulta engañosa y frustrante al no poder facilitar a todos el acceso a la categoría de consumidores.

Sus valores se orientan funcionalmente al mercado al que se tiene necesidad de alimentar y se organizan, por ello, alrededor del consumo y de la libertad del individuo. Se potencia sobremanera una cultura del consumo —el consumismo—, que arrastra una inherente dinámica de empobrecimiento, porque encierra a la persona en la rueda perversa del usar y tirar y ahoga sus dimensiones personales en el individualismo de las relaciones del mercado.

Esta cultura, al estar configurada desde el consumo y no desde el hombre, presenta indudables flancos de riesgo para la humanización de la convivencia y el logro de la realización de la persona. En ella, la enorme cantidad de información y el bombardeo publicitario acentúan la adaptabilidad acrítica del consumidor y la homogeneización despersonalizadora de los bienes ofrecidos. Como efecto inmediato, la persona pierde su capacidad de percibir la realidad y discernir lo importante y valioso. En el consumismo, se reduce el mundo vivencial del individuo a la sensación inmediata y se diluye su percepción del tiempo, cortando la dimensión trascendente. Se produce una fragmentación de la experiencia y una pérdida del sentido de la realidad, que impide cualquier auténtica asignación de significado a la realidad vital. El individualismo, propio del consumidor, cierra cualquier apertura al bien común y a la justicia social. El dominio de lo privado sobre lo público elimina cualquier preocupación por los demás, generando una verdadera crisis de solidaridad.

3.3. Promover un cambio cultural

Como consecuencia, la cultura del consumo está demandando una inyección de principios alternativos correctores. La

cultura del individualismo, de la satisfacción egoísta y del olvido del otro, está pidiendo el reforzamiento de motivos de acercamiento y la adición de catalizadores culturales y sociales que generen verdadera cohesión. Es necesaria una cultura de actitudes de proximidad, que haga realidad un mundo para el hombre y el crecimiento integral de la persona. Para contrarrestar los efectos de un consumismo degradante, se tiene que desplazar el esquema de valores hacia la persona y el bien común, modulando una alternativa cultural de verdadera calidad humana.

La DSI propone una cultura globalmente humanizadora, que ofrezca al hombre un marco donde descubrir sus señas de identidad y progresar en autocomprensión. No es posible comprender al hombre de forma correcta y total, cuando se le considera unilateralmente desde la economía (CA 24). Frente al consumo como dador de sentido, es necesario priorizar aquellas orientaciones humanizadoras hacia un desarrollo integral y solidario. Por ello, es necesario elevarse sobre el corto significado del objeto comprado y hacer un lugar a la pregunta acerca del sentido de la existencia propia. Es urgente introducir un cambio de visión, para configurar una cultura del sentido, cuyo centro sea ocupado por la actitud del hombre ante el misterio (CA 24). Es perentorio incluir el convencimiento de que, por encima de la lógica del consumo, se sitúa la ética de la persona, que concierne a todo lo debido al hombre por su eminente dignidad. Se construye, así, una cultura de la persona en que cada uno se abre a la posibilidad de participar activamente en el bien común de la humanidad (CA 34). Una cultura centrada en esta actitud moral y social se implica en la superación del reduccionismo económico y sitúa la solidaridad como la clave de un sistema alter-

nativo de valores. Se llegará así a una cultura de la solidaridad «*empeñada en el bien común; es decir, en el bien de todos y cada uno y donde todos seamos verdaderamente responsables de todos*» (SRS 38).

Esta cultura propuesta pretende integrar un consumo sensato y humanizante, que permita superar estilos de vida degradantes; busca incorporar una aguda capacidad de discernimiento, que alimente la voluntad de subordinación de las necesidades materiales e instintivas a las superiores y espirituales. Por ello, se hace «*necesaria y urgente una gran obra educativa y cultural que comprenda la educación de los consumidores para un uso responsable de su capacidad de elección, la formación de un profundo sentido de responsabilidad en los productores y sobre todo en los profesionales de los medios de comunicación social, además de la necesaria intervención de las autoridades públicas*» (CA 36). De modo sintético, «*se ha de desarrollar hoy la cultura humana, de tal manera que cultive equilibradamente a la persona humana íntegra y ayude a los hombres en las tareas a cuyo cumplimiento todos, y de modo principal los cristianos, están llamados, unidos fraternalmente en una sola familia humana*» (GS 56).

CONCLUSIONES

El progreso de la humanidad se distorsiona cuando el desarrollo se polariza alrededor de lo económico. Esta focalización se acentúa con la globalización, que hace de los mercados su espina dorsal. La creatividad humana, ayudada por una refinada tecnología, genera una cantidad ingente de productos a los que dar salida en el mercado. En este escenario, el con-

sumo forma parte del motor que mueve aceleradamente los mercados y constituye uno de sus elementos fundamentales. En sí mismo presenta su lado positivo como dinamizador de la economía, pero también su lado oscuro de riesgos peligrosos y efectos determinados, nada favorables a un desarrollo verdaderamente humano. La DSI nos ha servido de guía para analizar el fenómeno del consumo y su desmesura como consumismo, y para recoger sus aspectos éticamente sensibles que recapitulamos ahora.

1) El consumo inmoderado que no tiene en cuenta la realidad de los bienes creados y cuyo valor instrumental deja aparcado el verdadero sentido de las cosas. Cuando se sobrepasa en el uso de las cosas la orientación de la naturaleza al bien del hombre y de todos los hombres, se pervierte la relación de dominio y se degrada la creación que queda cosificada. Se explotan los recursos hasta el agotamiento y se contamina el medio ambiente, generando graves problemas ecológicos, que cuestionan éticamente nuestro consumo. Es un deber grave diseñar modos de consumo dentro de un riguroso respeto ecológico, que garantice un desarrollo humano para todos los habitantes actuales del planeta y para las generaciones futuras.

2) En la cadena producción-mercado-consumo el hombre, como consumidor, ocupa un lugar indispensable. Es el elemento finalizador al que va dirigido todo el complejo económico y que cumple el necesario papel de drenaje. Para motivar el consumo y cebar el motor de la economía se utiliza una publicidad arrolladora que crea nuevas y, a veces, falsas necesidades, que extrañan al hombre. Se produce la alienación del consumismo, que instrumentaliza a la persona y la descentra de su originaria dignidad. La ética del consumo exi-

ge para éste una orientación desde las auténticas necesidades de la persona, y a salvo de manipulaciones interesadas.

3) El consumo produce un impacto considerable en la sociedad y manifiesta una indudable dimensión social. Un sistema centrado en el mercado y soportado por el consumo no puede menos de estar orientado a los sectores con capacidad de consumo y solvencia económica. Este dinamismo divergente produce un desarrollo desigual en el que aumenta el número de los excluidos. En un mundo de recursos limitados, lo que unos consumen de más dejan de consumirlo los más. Y lo malo es que este modo de desarrollo consumista se hace estructural y forma parte de una cultura, que se extiende globalmente, adormeciendo la sensibilidad solidaria. La cultura del consumismo se vende como panacea universal para arreglar los males de la humanidad. Se plantea, entonces, como acuciante imperativo ético, la moderación solidaria en el consumo y una correcta educación para el consumo, como vía segura para la universalización de una cultura de la solidaridad.

AUSTERIDAD, CALIDAD DE VIDA Y CONSUMO. LA «VIDA EN PLENITUD» SEGÚN EL EVANGELIO

SEBASTIÁN MORA ROSADO
Cáritas Diocesana de Madrid

*Para Ana Abril, compañera y
testimonio de vida plena*

I. INTRODUCCIÓN

Las reflexiones que siguen a continuación van dirigidas al terreno de la sugerencia y la propuesta, más que al ámbito de la reflexión inconcusa y acabada. Tratan de presentar los modos de vida plena que los evangelios nos presentan en contraste con la sociedad consumista en la que vivimos. Para ello, tenemos que comenzar describiendo, de manera sumaria, la sociedad en la que vivimos y los desajustes que provoca. Esta primera caracterización nos llevará a una lectura bíblica de la sociedad consumista como una sociedad idolátrica. Una sociedad que suplanta al Dios de Jesús por otros dioses que exigen injusticias y sacrificios humanos. El esquema que subyace en la reflexión socio-económica del consumo es muy similar a las

definiciones de idolatría que en términos bíblicos nos narran las Escrituras. El becerro de oro paseado en procesión por el pueblo de Israel se convierte en nuestro mundo en las interminables procesiones, cegados por la apariencia del tener, que realizamos por los centros comerciales y de ocio.

Frente a esta delimitación, tenemos que adentrarnos en la invitación a la que somos convocados desde el Evangelio. Estamos emplazados a construir y vivir bajo el Reinado de Dios en nuestras vidas y esto choca con muchas de las prácticas sociales en la actualidad. Somos invitados a una auténtica conversión del corazón que transitará por la educación del deseo. La austeridad y sobriedad de vida serán una parada del camino, pero no la última estación. Somos convocados no a ser austeros, sino a compartir la pobreza con Cristo pobre desde la solidaridad con los últimos.

Este confusa calzada es la que propongo para tratar de atisbar «el Camino, la Verdad y la Vida» (Jn, 14, 5-6) que brota de la Buena Noticia. Al menos tener deseos de ir «a la zaga de su huella», aunque siempre permanezca el horizonte del Misterio en nuestro humilde tránsito.

2. EL CONSUMISMO COMO PATRÓN DE VIDA PLENA

Son muchos los adjetivos que proponemos a nuestra época actual: sociedad global, sociedad de riesgos, sociedades capitalistas avanzadas o postcapitalistas, sociedades interculturales, sociedades secularizadas... Creo que por las entrañas de todas estas delimitaciones, que no dejan de ser certeras, emerge una acotación que las transita a todas: *sociedad consu-*

mista. Vivimos en la «era del consumo». Más allá de otras definiciones, el consumismo vertebró nuestra vida de manera esencial. Como dice Bauman, nuestra sociedad es «una **comunidad de consumidores** en el mismo sentido en que la sociedad de nuestros abuelos (la moderna sociedad que vio nacer la industria) merecía el nombre de **sociedad de productores**» (1).

Siempre hemos consumido bienes y servicios de todo tipo, desde bienes de supervivencia hasta sustancias psicoactivas (2). El consumo, en su definición general, no es ni bueno ni malo, es absolutamente necesario. Por tanto, lo realmente nuevo no es que consumamos, sino que el hecho del consumo se adentra en las realidades antropológicas y sociales como un bien primordial (3). El consumo se ha convertido en la base de nuestra identidad social, en la legitimidad de los programas políticos y en la base de cualquier propuesta económica. La vida es un gran supermercado en el cual elegimos lo que queremos consumir y, por tanto —nos reflejaría esta realidad—, lo que queremos ser. El consumismo no es sólo un exceso de consumo, sino una cosmovisión mercantilista

(1) BAUMAN, Z.: *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Gedisa, 1999, 44.

(2) He tratado de mostrar la diferencia entre el consumo histórico de sustancias psicoactivas y el consumo en la actualidad que bien podríamos describir como «consumismo de sustancias». MORA, S.: «El horizonte social de las drogodependencias». En *XIII Jornadas andaluzas de asociaciones de drogodependencias y Sida (ENLACE)*, Sevilla, 2003, págs. 13-26.

(3) «Consumo... luego existo» es el sugerente título de un escrito de Cristianismo y Justicia. CORTINA, A. y CARRERAS, I.: «Consumo... luego existo», *Cuadernos Cristianismo y Justicia*, n.º 123. De lo cual se derivaría que si no consumo no existo o tengo una existencia deteriorada. Bauman, en el escrito citado anteriormente, afirma que el pobre hoy en día es percibido como un «consumidor imperfecto».

de la vida. Nuestra sociedad es consumista no porque consuma, ni siquiera porque consuma mucho, sino porque hace del consumo «*la dinámica central de la vida social y muy especialmente el consumo de mercancías no necesarias para la supervivencia*» (4).

El consumismo en el que vivimos imbuidos reclama una presencia en régimen de monopolio adentrándose en todas las perspectivas de nuestra existencia. Nuestras relaciones, incluso las que denominamos más personales, están monopolizadas por el hecho del consumo. Las bodas las celebramos cuando tenemos fecha en el restaurante que deseamos, la mayoría de ritos sociales están mediatizados por regalos, la imagen física (con ropas de marcas y cuerpos esculpidos con cincel de gimnasio) nos permite relacionarnos en determinados ambientes sociales. El consumo se ha convertido no en un hecho primordialmente económico —aunque es evidente que lo es—, sino en una manera de vehicular nuestras relaciones sociales.

El consumismo mide nuestros patrones de «calidad de vida», en perspectiva de bienes y servicios, puesto al alcance de un potencial consumidor. Me parece muy paradigmático lo que ocurre en el tema de la salud, que acaba midiendo la calidad de vida por posibilidades de prestaciones sanitarias, más que por el estado de salud de la población. Dime cuántas camas tienes por mil habitantes y reflejará la calidad de vida sanitaria de ese pueblo. Otra cuestión es si ese pueblo es más sano o menos sano. Hace algunos años un laboratorio farmacéutico anunciaba un medicamento bajo el eslogan: «Vendemos salud». En realidad vendían medicinas, que no deja de ser algo especialmente relacionado con la salud, pero mejor es no

(4) CORTINA, A.: *Por una ética del consumo*, Taurus, 2003, pág. 65.

tomarlas si no es necesario. Lo mismo ocurre en educación, que parece que el estándar de calidad educativa viene delimitado por el número de ordenadores y no por otras cuestiones más de fondo.

Es tal la potencia del consumo, que se ha introducido también en nuestras relaciones con la divinidad o la trascendencia. Lo «sagrado» se ha convertido en un gran almacén en el cual compro experiencias con lo sagrado en diversas configuraciones (tarot, horóscopos...). Los mercaderes se agrupan a las puertas del templo de lo sagrado para que podamos consumir —relacionarnos— lo trascendente. Incluso las mismas mercancías se convierten en objeto de culto tal como quieren hacernos ver unos fabricantes de automóviles en la actualidad.

El consumismo no entiende de fronteras y rompe todos los confines de nuestra existencia colonizando, incluso, lo más sagrado. Sin embargo, esta absolutización del consumo plantea retos de gran alcance que no podemos pasar por alto. Esta sociedad de consumo emerge en un mundo injusto y asimétrico, en el cual unos pocos consumimos lo que otros no pueden ni soñar. Además, este dinamismo del consumo, en nuestras sociedades occidentales, no es universalizable al resto del planeta por los límites ecológicos que plantea este proceso de ascenso infinito del consumo. Y, por último, tenemos que preguntarnos radicalmente si nosotros usamos el consumo o él nos utiliza. Nos plantea con profunda seriedad la cuestión de nuestra libertad en un proyecto de vida autónomo. Vamos a desarrollar estos límites con alguna precisión mayor (5).

(5) No van a ser más que notas y sugerencias, ya que en este monográfico se tratan estos temas con mayor amplitud.

- a) *El consumismo en un mundo desigual e injusto*: En nuestro mundo viven 1.200 millones de personas con el equivalente a un dólar diario y casi la mitad de la población mundial con menos de 2 dólares diarios. Sin embargo, en España el ingreso medio alcanza una renta próxima a 45 dólares al día (6). En este escenario no podemos más que afirmar que el derroche de consumo de algunos se asienta sobre la pobreza y desesperiación de otros. Cuando nosotros vivimos el consumo como un derecho, estamos expropiando del mínimo de dignidad vital y calidad de vida a otros. Nuestro derecho es de facto un privilegio y no un derecho.
- b) *El problema ecológico*: «Nuestra forma de vida —nuestra forma de trabajar, producir y consumir— no es perdurable en el tiempo, ni tampoco generalizable a todos los habitantes del planeta» (7). Como Riechman afirma, al ritmo actual de crecimiento demográfico y de consumo, si generalizamos los modos de vida de nuestras sociedades harían falta, al final de nuestro siglo, cinco tierras adicionales a la actual. Si vertemos nuestra mirada a una evaluación ética del consumo, en términos kantianos, podemos afirmar que nuestro modo de vida no pasa el examen de la universalización y, por tanto, no puede ser ética.

(6) Podríamos analizar que esta media de renta en el interior de nuestro Estado sigue siendo injusta y asimétrica. La ley de los grandes números siempre oculta que, aunque yo no coma ningún pollo, la media nacional es de dos por cabeza, con lo cual hay alguien que se come cuatro.

(7) RIECHMAN, J.: «Necesidades humanas frente a los límites ecológicos y sociales», en *Necesitar, desear, vivir. Sobre necesidades, desarrollo humano, crecimiento económico y sustentabilidad*, Ed. Libros de la Catarata, 1998, pág. 293.

- c) *La pregunta por la autonomía del consumidor*: Nuestras sociedades dicen caracterizarse por el desarrollo de la libertad individual. Lo que haga cada uno es cosa suya y nadie tiene derecho a evaluar sus elecciones o actuaciones. La vida parece ser pura elección libre y sin dependencias de identidades, relaciones, prácticas o deseos. La sociedad consumista nos somete a un «estado de elección permanente que constituye una virtud esencial para convertirnos en auténticos consumidores» (8). Sin embargo, este estado de elección permanente nos sitúa en un escenario de sensación de libertad, y no de libertad plena. Estamos, con referencia al consumo y otras cuestiones, sumamente condicionados por la publicidad, el marketing, los imaginarios sociales y por ese inconsciente colectivo que son las creencias que nos sustentan.

En filosofía política hemos reflexionado muchísimo sobre la libertad, convirtiéndose en un axioma de todas las posibles reflexiones. Desde la tópica distinción de Constant (9) entre la libertad de los antiguos y los modernos, han corrido ríos de tinta, pero no hemos reflexionado al mismo nivel sobre la esclavitud de los antiguos y la esclavitudes de los modernos (10). El consumismo se convierte en un auténtico modelo de esclavitud moderna que nos sumerge en el círculo

(8) BAUMAN, Z.: *op. cit.*, pág. 45.

(9) CONSTANT, B.: «De la libertad de los antiguos comparada a la de los modernos», en *Del Espíritu de Conquist*, Tecnos, Madrid, 1988.

(10) Juan Antonio Guerrero y Daniel Izuzquiza no han pasado por alto esta realidad, y a ellos debo esta sugerencia. GUERRERO, J. A. y IZUZQUIZA, D.: *Vidas que sobran. Los excluidos en un mundo en quiebra*. En prensa.

trabajar-consumir-descansar (que hoy en día no es más que otra forma de consumo en la mayoría de los casos). La libertad de los antiguos se definía por su permanencia en el ámbito de la necesidad no pudiendo incorporarse al ámbito de la libertad. Los modernos vivimos anclados en el reino de la necesidad sin límites porque nunca tenemos lo suficiente. El deseo ha ganado a la necesidad y los deseos son infinitos y nunca cumplen su función frutiva total. El consumidor no es soberano y, por tanto, no es ciudadano. El ciudadano cliente ha sustituido al ciudadano soberano (si alguna vez existió).

3. LA IDOLATRÍA DEL CONSUMISMO

El consumismo podríamos describirlo, en términos bíblicos, como una verdadera práctica idolátrica. Toda práctica idolátrica se presenta como antropofágica, exige sacrificios humanos y siembra la muerte por doquier para poder subsistir. Podemos señalar cuatro características fundamentales (11):

- Son prácticas sociales formadas por los imaginarios colectivos. Poseen una dimensión simbólica que las legitima y les otorga funcionalidad.
- Tiene cualidades de tipo mágico que ocultan su situación de creados para convertirse en «creadores». El consumismo reclama la «creación» del desarrollo eco-

(11) GARCÍA ROCA, J.: «Ídolos de muerte en la sociedad actual», en *Revista Misión abierta*, 5-6-85, 42-58.

nómico, la calidad de vida, la superioridad moral de los pueblos...

- Crean ámbitos de reclutamiento de adeptos. Como cualquier dios necesita de seguidores fieles y practicantes de la causa.
- Prometen la felicidad y la vida plena desde la misma práctica idolátrica. Cuanto más consumes, más feliz serás. «*La entrada del consumismo en el recinto sagrado de las acciones que se buscan por sí mismas por su valor felicitante. Esta es una de las claves del consumismo actual*» (12). La práctica idolátrica no es un medio para conseguir un fin, sino que se auto-presenta como un fin en sí mismo.

De tal manera que el consumismo en la actualidad se presenta como una realidad que promete la salvación —la felicidad— a costa de la injusticia y el sacrificio humano. Como toda realidad idolátrica, el consumismo acapara el corazón de las personas pidiendo su culto en exclusiva, obstaculizando el acceso a otras realidades.

En una primera caracterización hemos definido el consumismo como éticamente inaceptable por su dinámica excluyente e injusta, por su imposible universalización y por someterlos al ámbito de la esclavitud. Además, en términos bíblicos lo hemos caracterizado como una verdadera práctica idolátrica que suplanta al Dios verdadero por el becerro de oro. ¿Qué salida nos propone el Evangelio?

(12) CORTINA, A.: *op. cit.*, pág. 89.

4. JESÚS Y EL REINADO DE DIOS

Jesús (13) no se presenta como un maestro de austeridad y ascetismo. Al contrario que Juan Bautista, que «ni comía ni bebía» (Mt 11, 18), Jesús aparece frecuentemente participando en banquetes, de manera que le echan en cara ser un «comilón y bebedor de vino» (Mt,11, 19; Lc 7, 34). Al mismo tiempo, sus seguidores eran cuestionados por los discípulos de Juan el Bautista. «¿Por qué nosotros y los fariseos ayunamos, y tus discípulos no ayunan?» (Mt 9, 14).

Jesús no centró su mensaje en el ascetismo y desentendimiento de los bienes del mundo. El radicalismo ético está más presente en el mensaje del Bautista que en el de Jesús, que se empeñó en predicar la alegría del Reinado (14) de Dios, que es como un gran banquete. Sin embargo, sí es claro que Jesús no vivió apegado a las riquezas de este mundo ni a la preocupación material por el futuro. Todas las cosas vendrán por añadidura porque lo nuestro es «buscar el reino de Dios y su Justicia» (Mt 6, 31-33).

El contenido central de su predicación y práctica fue el Reinado de Dios que ya está presente entre nosotros. Está claro que no se anunció a Él mismo, sino que anunció el Reinado de Dios sobre el mundo. Jesús es presentado en los evangelios sinópticos anunciando la Buena Noticia del Reinado

(13) GÓMEZ SERRANO, Pedro J.: «Encontrar a Dios en una sociedad consumista», en *Revista Sal Terrae*, abril, 2003, 297-310.

(14) Utilizo la expresión Reinado de Dios, frente a la más común de Reino de Dios, porque creo que el término Basileía presenta un aspecto dinámico que se oculta tras el sustantivo y porque, además, designa más claramente el acto de reinar de Dios. El Reinado no indica un sistema, una zona o cualquier utopía, sino el acto presente y actual del reinar de Dios.

de Dios. Es uno de los aspectos, como es ampliamente reconocido, centrales de su predicación (15). Me interesa rescatar cuatro dimensiones de esta realidad para el tema que nos ocupa.

a) Su carácter de descubrimiento y asombro

Jesús no trajo consigo ninguna definición explícita sobre el Reinado de Dios. Se acerca desde las narraciones, las parábolas y las indicaciones poéticas. Es más, Jesús fue descubriendo el Reinado de Dios en su vivir cotidiano. No sería aventurado decir que en su trato con los pobres son estos mismos los que le muestran el Reinado de Dios sobre ellos (16). El pueblo de Israel lo primero que descubre es la salvación de la opresión (17), y la gente en torno a Jesús, según los evangelios, lo primero que experimentaron fue su potencia sanadora. En las curaciones el Reinado de Dios toma cuerpo (18) y se convierten en *signa pronostica* (Sto. Tomás). Con respecto a los enfermos, el Reinado de Dios es curación y con respecto a la muerte, Resurrección.

El Reinado de Dios no se confunde con ninguna práctica social o utopía política, sino que es el *descubrimiento* de la potencia liberadora del Dios de Jesús en nuestras vidas.

(15) THEISSEN, G.-MERZ, A.: *El Jesús histórico*, 2000, págs. 273-316; y MEIER, J. P.: *Un judío marginal*, vol. I, EVD, 1999, págs. 293 y ss.

(16) MOLTSMANN, J.: *Cristo para nosotros hoy*, Trotta, 1997, pág. 21.

(17) VON RAD, G.: *Teología del Antiguo Testamento*, T. I. Sígueme, 1972, pág. 167.

(18) MOLTSMANN, J.: *op. cit.*, pág. 17.

b) Su carácter «contracultural»

Uno de los datos de consenso en la diversidad de investigaciones históricas sobre Jesús es el reconocimiento de una cierta marginalidad en las ideas, prácticas y mensajes que proclamó (19). Mostró libertad y ruptura con la cultura de su tiempo, desde una cierta continuidad, proclamando valores y prácticas alternativas. Anuncia que los pobres son bienaventurados, se acerca a los endemoniados, critica la idolatría de la acumulación de riquezas, cambia su consideración de los niños y las mujeres, rompe con las distinciones sacrales de su época: «ya no hay judío ni griego, ni esclavo ni libre, ni varón ni mujer», pues todos los cristianos son uno en Cristo Jesús (Gal 3, 27-28).

Si bien es cierto que la exégesis actual acentúa más las continuidades de Jesús con la cultura de su época, no es menos cierto que aparecen rupturas fundamentales que le hacen ser un judío de su época, pero marginal al mismo tiempo. El acceso a Jesús nos sitúa frente a la pregunta por su práctica redentora, desde las grietas que abre a un mundo nuevo.

c) Su carácter de actualidad no plenificada

El Reinado de Dios apunta a una realidad actual, presente e histórica, y a otra por venir. El «ya, sí, pero todavía no» desde la que se esquematiza la visión escatológica. La realidad del Reinado de Dios no se agota en la historia, pero se manifiesta

(19) AGUIRRE, R.: «El Jesús histórico a la luz de la exégesis reciente», en *Iglesia Viva*, 210-2002, 17.

en ella. No existen dos historias, una sagrada y otra profana, sino una sola historia que se consumará al final de los tiempos (20). Jesús no «cura a un enfermo “y” le salva, como si de dos acontecimientos distintos se tratase, sino que le salva curándolo. Pero así como el “curándolo” es visible y ajeno a la fe religiosa, el “le salva” no está en el orden de la evidencia, sino de la fe» (21). Esta unidad de la historia no niega la pluralidad enorme de acercamientos a la realidad histórica, pero los acontecimientos son históricos.

En esta realidad tensional entre la actualidad y su falta de plenificación, «el Reinado de Dios tiene lugar allí donde el pueblo de Dios es transformado para cumplir su misión» (22). Y esta transformación consiste «en que los modos propios del actuar de Dios van adquiriendo ya desde ahora y desde abajo, un lugar sobre la tierra» (23). Por pequeña que sea esta presencia o por simbólica que pueda aparentar es la mostración actual del Reinado de Dios en el mundo.

d) Su carácter comunitario

La predicación del reinado de Dios es una llamada a la restauración de su pueblo. «Y constituiréis mi pueblo y Yo

(20) ELLACURÍA, I.: «Historicidad de las salvación cristiana», en *Mysterium Liberationis. Conceptos fundamentales de la teología de la liberación*, vol. I, 1990, págs. 323-372.

(21) SOLS, J.: *La teología histórica de Ignacio Ellacuría*, Trotta, 1999, pág. 301.

(22) GONZÁLEZ, A.: *Reinado de Dios e Imperio. Ensayo de teología social*, Sal Terrae, junio, 2003, pág. 142.

(23) *Ibidem*, 148.

seré vuestro Dios» (Ez 36, 26). Por lo tanto, la invitación es a conformar una comunidad bajo la soberanía de Dios. Si bien las llamadas de Dios son personales, son invitaciones a unirse a su pueblo. Si Jesús es Señor, significa que existe un pueblo que acepta su soberanía y señorío. La proclamación de Jesús como el Mesías (aunque hipotéticamente sea en la más pura intimidad (24)) manifiesta que el Ungido es Señor de su pueblo que, aceptando su Reinado, escapa a otras soberanías e idolatrías. La idea de un Reinado de Dios surge en el momento en que es derrotada la soberanía del faraón sobre el pueblo de Israel y se coloca bajo la soberanía de Dios (Ex 15, 18).

Este sumario recorrido no es más que una propedéutica para acercarnos al modelo de vida plena, al cual somos convocados desde el evangelio. Una vida que tendrá que transitar la categoría del descubrimiento desde la práctica cotidiana, acoger o proponer valores alternativos a lo establecido, ser realidades históricas, aunque no plenificadas del señorío de Dios, donde «enjuagará toda lágrima de los ojos de ellos. No habrá más muerte, ni habrá más llanto ni clamor; ni dolor; porque las primeras cosas ya pasaron» (Ap 21, 1-4). Y estas realidades serán comunitarias o no serán, aunque no sean despreciables las aportaciones personales.

La vida inserta en la batalla consumista no es «vida plena» según el Evangelio. No lo es porque, como hemos visto, se desarrolla en un marco injusto que tiene a la mayoría del planeta «gimiendo bajo dolores de parto». No lo es

(24) Proclamación e intimidad están evidentemente reñidas, pero valga como exceso pedagógico.

porque demuestra la falta de ajustamiento con las posibilidades de nuestro planeta tierra. Además, nos convierte en esclavos y no en verdaderos señores de nuestra vida. Todo ello manifiesta el señorío de otros dioses sobre nuestra vida que nos impiden acercarnos al verdadero Dios de Jesús. La estrategia del Reinado nos convoca a transitar una vida abierta al descubrimiento, que sepa rescatar la soberanía sobre nuestra vida desde valores alternativos, construyendo espacios comunitarios ya presentes en la historia. En definitiva, estamos convocados a una verdadera conversión personal y comunitaria que nos libere de la opresión y nos indique los caminos que conducen a la tierra prometida.

5. LA EDUCACIÓN DEL DESEO

Desde los parámetros anteriormente mencionados, la llamada a nuestra vida, personal y comunitaria, es una apelación a la conversión. La verdadera conversión del cristiano consiste en un cambio radical de nuestros deseos. Como anota Gabino Uribarri, recordando las clases de Andrés Tornos, la conversión es *«una reordenación del deseo, un cambio en la orientación de los deseos, un desplazamiento y un trastrueque de los objetos que cautivan o atraen»* (25).

La vida del cristiano no es básicamente imposición de una determinada ascesis, sino invitación a un encuentro que transforma radicalmente nuestra forma de desear. Es evidente que

(25) URIBARRI, G.: *Austeridad versus pobreza religiosa*. Sal Terrae, abril, 1996, pág. 338.

en la educación del deseo la abnegación y la ascesis son necesarias, sobre todo en las primeras etapas de la vida espiritual, pero son sólo un medio.

Javier López, del Movimiento Internacional de Reconciliación, propone varias etapas para la educación de deseo (26) con respecto al consumo:

- a) Todos somos *incompetentes inconscientes* porque no sabemos lo que consumimos ni qué repercusiones tiene nuestra forma de hacerlo.
- b) Por ello es importante pasar a ser *incompetentes conscientes* gracias al análisis de lo que consumimos y sus repercusiones.
- c) El tercer reto es llegar a ser *competentes conscientes* modificando nuestras pautas de consumo.
- d) Y, por último, llegar a ser *competentes inconscientes* porque, liberados de la esclavitud del consumismo, hemos creado un hábito connatural a nuestras actuaciones. Hemos educado el deseo trastocando nuestra percepción de la realidad.

Este camino pasa en su tercer estadio por fomentar la austeridad y sobriedad de vida desde los parámetros de una vida fraternal y solidaria. Pero los cristianos no estamos llamados solamente a ser sobrios y austeros (27), sino que estamos invitados a construir el Reinado de Dios en el mundo

(26) Citado por GÓMEZ SERRANO, P. J.: *op. cit.*, pág. 305.

(27) Algunas de las ideas que siguen están recogidas en URIBARRI, G., *op. cit.*

desde la alegría del compartir «incluso lo necesario». Es decir, a vivir bajo la soberanía de Dios, que se hizo pobre entre los pobres.

Austero, según el Diccionario de la RAE, en su primera acepción, significa: «*agrio, astringente y áspero al gusto*». Otras significaciones abundan en la aspereza y acritud de la acepción. Los usos de la austeridad son diversos y me interesa rescatar dos contravalores de la austeridad:

- La imagen del avaro que vive una vida sobria con el objeto de tener más, asegurar el futuro y encerrarse en el círculo de gastar poco para tener más. Esta imagen no tiene nada que ver con la convocatoria cristiana.
- Austeridad como autoimposición y renuncia que puede estar muy cerca del fariseísmo o la idolatría de la sobriedad, cayendo en una especie de ascetismo neoconservador (28). Como anteriormente anotábamos, este uso está más próximo al mensaje del Bautista que al de Jesús de Nazaret.

Estas definiciones no casan con la imagen de un Jesús que en su vida no buscó la aspereza o severidad, sino que usó de los bienes materiales y los deleites sin esclavizarse a ellos. Estas acepciones distan mucho de presentar una auténtica educación del deseo desde la solidaridad con los últimos que nos indiquen el camino de la pobreza con Cristo pobre. Dicha reordenación y trastrueque parten, para los

(28) IZUZQUIZA, D.: *El difícil arte de vivir sobriamente combatiendo el consumismo*, Sal Terrae, octubre, 1995.

cristianos, de un encuentro personal con el Dios de Jesús. «*Todo comenzó con un **encuentro**. Alguna gente —arameos, y quizás también algún judío de habla griega—, entraron en contacto con Jesús de Nazaret y siguieron con Él. Este encuentro, y lo que ocurrió en la vida de Jesús y en conexión con su muerte, **dio nuevo significado y nuevas dimensiones a sus vidas personales***» (29).

El nuevo significado de nuestras vidas, la reordenación de los deseos, desde un encuentro con Jesús el Cristo es la invitación a la vida plena. Vida que irá más allá de la austeridad, aunque partirá de ella como momento de un camino, convirtiéndonos en propagadores de una auténtica civilización de la pobreza que muestre en la historia nuestra solidaridad con los últimos. Los cristianos estamos convocados a la dicha del compartir, y no a la acritud de la austeridad. Reconociendo que desde la fraternidad del compartir nuestra llamada es a construir una civilización de la pobreza que promueva la igualdad, el ajustamiento con el planeta y sus potenciales recursos en el futuro, convirtiéndonos en soberanos y no súbditos idólatricos del consumismo.

Esta tarea tendrá que estar abierta al encuentro con Jesús y su Reinado desde el descubrimiento y el asombro, desde la promoción de valores alternativos que muestren la ruptura con un mundo excluyente. Valores que estarán historificados como signos de un mundo nuevo todavía por venir manifestado en comunidades de contraste a la sociedad de nuestro tiempo.

(29) SCHILLEBEECKX, E.: *Cristo y los cristianos*, Madrid, Cristiandad, 1982, pág. 13. Las negritas son mías.

6. LA JUSTICIA QUE BROTA DE LA FE

En muchas ocasiones, en el ámbito cristiano de lo social, reducimos la dimensión de nuestra fe a reflexiones éticas. En definitiva, la fe constaría de una serie de consecuencia éticas generadas por una determinada visión de los evangelios y de nuestra tradición. Es común leer declaraciones teológicas que siguen el esquema: en las escrituras, la tradición, etc., se muestra como hecho inconcuso el amor preferencial de Dios por los pobres (cap. I). Por lo tanto, tenemos que analizar dónde están los pobres: hagamos análisis económico, sociológico, psicológico (cap II). Como Dios amaba a los pobres y los pobres quedan delimitados de la forma antes analizada, debemos realizar diversas acciones (y se muestran anaqueles de obligaciones morales y métodos adecuados) (cap. III) (30). Lo de Dios cabe como preámbulo y como obligación. Los cristianos, como afirma Tornos, «venimos a leer los hechos igual que los no creyentes, pero añadiendo consideraciones piadosas acerca del plan de Dios o exhortaciones morales sobre la necesidad de comprometerse con la justicia y con el futuro de los pobres» (31).

La justicia que brota de la fe no consiste primariamente en entresacar consecuencias políticas y éticas en nuestro actuar; sino en hacer presente en medio del mundo el reinado de Dios ya presente entre nosotros. Un Reinado que se manifestará en *comunidades de contraste* (32) construidas sobre rela-

(30) Modo de reflexión más próximo a la teología liberal que a una auténtica teología de la Caridad.

(31) TORNOS, A.: *Cuando hoy vivimos la fe*, San Pablo, 1995, pág. 238, n. 7.

(32) LOHFINK, G.: *La iglesia que Jesús quería. Dimensión comunitaria de la fe cristiana*, Bilbao, 1986.

ciones sociales no basadas en la dominación y la opresión. Es evidente que los cristianos no podemos renunciar a la reflexión ética y política, sino que estamos convocados a proclamar y mostrar, desde el testimonio real, que los cojos andan y los ciegos ven. Desde esta proclamación surgirán acciones y reflexiones de tipo político y ético. Los poderes de este mundo no aceptarán un contraste radical a sus modos de proceder y actuar.

La vida plena, según el evangelio, nos convoca a ser «luz del mundo y sal de la tierra» (Mt 5, 13-16) desde la creación de ámbitos liberados de la opresión y la dominación de los poderes idolátricos de este mundo. Mostrando la dinámica expansiva del Reinado de Dios en este mundo en su realidad actual, aunque no plenificada.

Con respecto al consumismo, estamos convocados a transitar cualquier iniciativa que muestre al mundo que es Dios quien reina en nuestras comunidades. Iniciativas que sean (33):

- Responsables y justas con nuestros hermanos más pobres.
- Ajustadas a los recursos del planeta.
- Muestren la soberanía de las personas sobre sus actos de consumo.
- Y tengan una dimensión comunitaria.

Para todo ello tenemos que transitar un camino largo y a contracorriente. Camino que exigirá información y formación

(33) No anoto experiencias concretas, ya que en este monográfico se tratan con amplitud y rigor (comercio justo y responsable...).

en la complejidad de un mundo globalizado. Rutas que tendremos que segar desde la educación del deseo para posibilitar un encuentro con el Dios de Jesús, que nos transparente la gloria de Su presencia. Estamos convocados a proclamar las posibilidades que Dios ha regalado a todos los pueblos (Lc 2, 29-32) para compartirlas y construirlas con todas las personas de buena voluntad.

EL CONSUMO, ÉSTE ES NUESTRO DIOS

RAFAEL PRIETO RAMIRO
Delegado Episcopal de Cáritas Diocesana de Plasencia

«Éste es tu dios, Israel»
(Ex 32, 4)

I. CONSUMISMO IDOLÁTRICO

Adriano (117-132), emperador pacífico y escéptico, curioso y viajero, culto y chispeante, habla de los egipcios en carta al cónsul Sarviano, cuñado suyo:

«El Egipto que tú me alababas (...) es todo él ligero (...). Es casta de hombres sediciosísima, vanísimos e injuriosos; su ciudad (Alejandría), opulenta, rica, fecunda, en la que nadie vive ocioso (...). Unos soplan el vidrio, otros fabrican papel, todos, a la verdad, parecen ser tejedores o, por lo menos, tienen arte o profesión (...). *Para ellos el único dios es el dinero.* A éste adoran los cristianos, a éste los judíos, a éste todo el linaje de gente. ¡Y ojalá fuera la ciudad más moderada!» (Adriano al cónsul Sarviano).

La descripción ligera que hace Adriano del pueblo egipcio en el s. II bien puede aplicarse a esta sociedad opulenta y consumista del siglo XXI. No sería difícil escoger textos y testimo-

nios similares. K. Marx comenta unos versos de Shakespeare, que hablaba del dinero como la «prostituta universal», pues todo lo prostituye: «¿Qué hay aquí? ¿Oro? Muchos suelen volver con esto lo blanco negro; lo feo, bello; lo falso, cierto; lo bajo, noble; lo viejo, joven; lo cobarde, valiente» (1). Y sigue comentando: Eres feo, pero si tienes dinero, encontrarás quien te quiera, así que ya no eres feo. Eres torpe, pero si tienes dinero, encontrarás quien piense y escriba por ti, así que ya no eres torpe. Eres malo, pero si tienes dinero, encontrarás quien rece por ti, así que ya no eres malo. «Acumular, acumular; en eso consiste la ley y los profetas».

En aquel tiempo y en todos los tiempos: «No hay peña, por dura que sea, que no ablande el oportuno tintineo del oro, comprador de voluntades y zurcidor de honras» (2). En nuestro mundo capitalista-consumista el dinero es, sin duda, el dios al que todos rezan y todos se someten (3). Quien actualmente manda y reina en el mundo no es Dios ni Cristo ni los reyes ni los jefes de Estado o de Gobierno, son los que controlan los capitales y los dineros, Sumos Sacerdotes de este viejo y duro dios (4).

(1) K. MARX, *Ideología alemana*.

(2) ARTURO PÉREZ-REVERTE, en la Línea de Quevedo y su poderoso caballero.

(3) «En este mundo todo parece indicar que el dios manmón, que se traduce en el afán de acumular bienes, en el consumo depredador por parte de algunos, pero con la exclusión de la mayoría, ha ocupado el centro de la vida de los seres humanos; lo dirige todo, lo anima todo, se ha apoderado de mentes, voluntades y corazones» (JOSÉ ANTONIO LOBO, M. J. n.º 275, pág. 5).

(4) «Ningún jefe de Estado o de Gobierno figura entre los cincuenta hombres más influyentes (...). Sólo hombres de las empresas, que toman sus decisiones sin someterse al Parlamento o a consulta popular» (VICENTE VERDÚ, en el *País*, 27-9-2003).

«Éste es tu dios», decía Aarón a los israelitas, refiriéndose al becerro de oro. Éste sigue siendo tu dios, hombre consumista. Es un dios bello, pero frío y tiránico, lo quiere todo y lo exige todo. Quita a sus adictos libertad y dignidad. El que adora al dinero ya no tiene padres ni hermanos ni amigos. Todo queda sacrificado en el ara de su templo.

Uno es lo que adora. El que adora al dinero se convierte en «homo oeconomicus»: *Consumo, luego existo.* Las relaciones de este hombre llevarán siempre la impronta de la comercialización, por eso serán competitivas, frías, desconfiadas. Así como el amor llega a personalizar las cosas que tienen relación con la persona amada, el egoísmo cosifica a las personas, convirtiéndolas en objetos de consumo, para la ganancia o el placer (5).

2. CAPITALISMO CONSUMISMO (C.C.)

El capitalismo tuvo también su mística. Según las enseñanzas de Calvino, el trabajo y el fruto del trabajo son signos de predestinación divina. Los beneficios son signos de la bendición de Dios. Pero los beneficios no son tanto para gastarlos, sino para invertir y volver a producir; y volver a ganar; y poder

(5) El documento episcopal Testigo de Dios vivo así describe este fenómeno: «Un modelo de vida dominado por el consumo y disfrute del mayor número posible de cosas (...) induce (...) a prescindir prácticamente de Dios (...).

De la conjugación de estos factores nace un espíritu desconfiado, pragmático, amigo de disfrutar del mundo y de la vida, sin poner la confianza en revelaciones ni promesas que no estén al alcance de la mano, ni se puedan disfrutar aquí y ahora de manera inmediata (...). Es más propenso a la incredulidad que a la fe, al pragmatismo que a la esperanza, al egoísmo que al amor y a la generosidad» (TDV 21).

presentar a Dios más y más frutos del trabajo. Trabaja, capitaliza, crea, crece... y Dios estará contigo.

El hombre tiene que someterse a Dios y a su plan creador. Tiene que ser activo y emprendedor. No importan sus derechos, importan sus frutos. Se impone una vida austera y sumisa. Será en la otra vida cuando Dios le colme de sus frutos.

Las cosas han cambiado, porque el hombre capitalista ya no es religioso ni es austero ni es sumiso. Sí es emprendedor. Pero los frutos no serán para ninguna divinidad, tampoco para la fraternidad, sino para él mismo. *Ganar y gastar*. Gastando se vuelve a ganar. Y siempre gozar. Ya tenemos las tres «G» del hombre consumista.

Ganar. A costa de lo que sea y de quien sea. No hay escrúpulos religiosos ni éticos. Ganar, es la ley suprema. Es bueno lo que se impone en el mercado, lo que origina beneficio. Y es más bueno lo que produce más beneficio.

Y si se puede ganar sin trabajar mucho —lo que para el buen calvinista sería un gran pecado—, tanto mejor. Todo se justifica para conseguir este objetivo mercantilista, como el tráfico de armas o de drogas, los juegos, la bolsa, las leyes económicas injustas con relación a los débiles y a los pobres.

Es verdad que en los países ricos el capitalismo se ha humanizado, debido a la presión obrera. También por inteligencia psicológica: se sabe que el obrero bien considerado y bien tratado produce más.

Gastar. Es necesario para que la producción no pare. *Ganar y gastar*, por el tirón de la demanda. *Gastar* mucho para producir más. Usar y tirar, nada de almacenar. Ganar y vivir al

día, ¿para qué ahorrar? El Estado del bienestar ya proporciona para nuestras necesidades.

Gozar. Y disfrutar. Todo vale con tal de que sea bonito y divertido. La vida sólo se vive una vez, hacerlo lo mejor posible.

Ganar-Gastar-Gozar. Es la dinámica que distingue al capitalista burgués; es el retrato del hombre consumista.

- «Lo compro porque me gusta».
- «Lo compro porque es único, original, me cae muy bien».
- «Lo compro porque es de marca».
- «Lo compro porque es la moda, lo que se lleva».
- «Lo compro porque lo que tengo ya está desfasado».
- «Lo compro para no ser menos que mis amigas».
- «Lo compro porque me hace más joven».
- «Lo compro porque son las rebajas».

Son cosas que se oyen cada día en los templos del consumo. Y si no compro, lo ahorro, lo guardo en la caja fuerte, lo invierto en valores seguros, lo juego en la bolsa.

Ganar, gastar, gozar y siempre consumir, es el objetivo de «*capitalista-consumista*»; para él, dice E. Fromm, la naturaleza es un inmenso pecho materno del que siempre está colgado. No se trata sólo de comer y beber alimentos compulsivamente, se consume también con los ojos, los oídos y el corazón; se consumen, por ejemplo, noticias, películas, televisión, joyas, vestidos, diversión... El consumo es la estrella de la economía, y la economía es la estrella de la política. ¿Estrella o agujero negro?

3. CONSUMISMO INHUMANO

El consumismo capitalista es inhumano porque despoja a la persona de sus valores más entrañables y distintivos. Al poner el tener sobre el ser, materializa al hombre y le quita su espíritu, se destrona al hombre y se «entronizan las cosas» (M. Delibes).

Esta cosificación humana produce:

Soledad, porque las cosas no comunican, ni comulgan, ni gratifican, sólo las personas. Así fue la situación de Adán en el paraíso, lo tenía todo, pero estaba solo, porque faltaba el tú. Por un compañero, por un amigo se podían dar todas las cosas, pero «no hay mercados de amigos» (6). El hombre se realiza y se plenifica en la relación y en la comunión (7).

Pero el consumista termina siendo un terrible individualista, no mira más allá de sus propios límites ni puede ver más allá de sus propios intereses. El otro para él será un simple objeto de deseo. Su cielo se limita a disfrutar de buenas sensaciones, a no dejar de consumir:

Vacío, porque todo lo que se tiene o se consume no sacia las exigencias más profundas de la persona (8). El consumista bebe agua salada, que produce más sed. La capacidad del hombre es inmensa y ninguna cosa la puede llenar, por muchas que posea. «Nada puede ser nuestro todo». Nada puede llenarnos del todo.

(6) SAINT EXUPERY, *El principito*.

(7) «El deseo de fusión interpersonal es el impulso más poderoso que existe en el hombre» (E. FROMM, *El arte de amar*).

(8) «La satisfacción ilimitada de los deseos no produce bienestar ni es

El consumista es hombre de pensamiento débil, de decisiones inestables, de sensaciones rápidas y pasajeras. No hay en él firmeza ni profundidad alguna. Todo es leve, intrascendente, superficial, siempre de flor en flor, como ligera mariposa, de anuncio en anuncio, de escaparate en escaparate. Hay tanta variedad, que su vida es un estresante ir y venir.

Angustia, porque vive estresado, devorado por las ansias del tener y por las prisas del gozar. Pero no goza de su presente cotidiano, vive sin vivir, pensando en el momento dichoso que le espera —el fin del trabajo, el fin de semana, las vacaciones, el encuentro deseado— y que él absolutiza, pero desperdicia el momento que vive y pasará el momento que espera, dejando otra herida en el alma. El consumista no ha aprendido la capacidad de «eternizar el tiempo». Para ello habría que ser más humildes, más pobres, más conscientes y más agradecidos con el regalo de cada minuto.

Miedo y rivalidad, porque necesita defender sus posesiones, y siempre encontrará amenazas; y necesita adquirir más cosas, y siempre encontrará rivales. El consumismo produce rivalidad y competitividad, y la lucha también supera nuestras fuerzas. No olvidaré el impacto que me produjo, casi niño, la lectura de *La perla*, de Steinbeck; para sentirse libre tuvo que arrojar al mar la perla codiciada. Asusta la codicia de los hombres y de los pueblos, verdaderamente insaciable. «*Homo homini lupus*», y no hay presa para todos los lobos.

Ceguera, porque el hombre «económico» tiene abundancia de medios, pero escasez de fines; tiene cantidad de camellos cargados, ¡llenan los desiertos, Dios mío!, pero les falta la estrella que les marque su camino. «Máquinas, ¿para producir qué? (...). Ferrocarriles, ¿para dirigirse a quién y a qué lugar?», preguntaba Tolstoi. O sea, corriendo mucho, cada vez más, y

más deprisa, pero sin saber a dónde. O sí, quizá sabiendo a dónde, hacia los grandes almacenes, pero sin saber por qué. O quizá sabiendo por qué para comprar, pero sin saber para qué. O quizá sabiendo para qué, para consumir, pero y después ¿qué? Vuelta a la rueda, sin capacidad de ver más allá —la ceguera—, y sin posibilidad de trascender.

Como resumen, podemos decir con Pablo VI: Cuando el tener se convierte en un absoluto, en el bien supremo que le impide mirar más allá, el hombre se encierra como en una prisión. «Entonces los corazones se endurecen y los espíritus se cierran; los hombres ya no se unen por la amistad, sino por interés, que pronto les hace oponerse unos a otros y desunirse» (9).

4. CONSUMISMO INCONSCIENTE Y CRUEL

El *homo oeconomicus* —cc— en el mejor de los casos es un inconsciente, ciego y sordo, pero —y esto es lo malo— de manera interesada.

Es un inconsciente, desde luego, porque no se da cuenta del daño que puede hacer a los demás y a la misma naturaleza, pero ni siquiera del daño que se hace a sí mismo, achatando neciamente sus posibilidades, rebajando miserablemente su libertad y su dignidad, esclavizado y animalizado.

Pero es cruel; buscando ansiosamente el propio bien-estar, no le importa provocar el mal-estar del otro o de muchos otros. Está ciego para lo que no sea su propio interés y satisfacción. «*Pero tus ojos y tu corazón no están más que a tu gran-*

el camino de la felicidad» (Id).

jería, y a la sangre del inocente para verterla, y al atropello y al entuerto, para hacer tú lo propio» (Jr 22, 17). Le pasa lo que al rico Epulón, que ni ve ni escucha al Lázaro suplicante, sólo oye la música benevolente y sólo ve los platos que tiene por delante.

Las víctimas de esta ceguera interesada, de este endurecimiento de los corazones, son los Lázaros multiplicados, los pobres, los pequeños, los desheredados y excluidos, los últimos de la sociedad. Todos terminarán cayendo en las trampas de los egoístas y poderosos. «Sí, hay en mi pueblo malvados que colocan redes, como pajareros ponen trampas, mas para cazar hombres. Como una casa llena de pájaros, así están sus casas llenas rapiñas; así se han hecho grandes y ricos, gordos y rollizos» (Jr 5, 26-28). Y Amós le da la razón, claro, «porque venden al justo por dinero y al pobre por un par de sandalias» (Am 2, 6). También se puede hablar en femenino, las epulonas, «vacas de Basán, que estáis en la montaña de Samaría, que oprimís a los débiles, que aplastáis a los pobres, que decís a vuestros maridos: ¡Traed y bebamos!» (Am 4, 1).

En la línea de los grandes profetas están también los Santos Padres, cuya doctrina repetimos, pero no cumplimos. Sólo voy a recoger dos textos que tienen cierto paralelismo con los bíblicos citados.

- «Revestís vuestras paredes y desnudáis a los hombres. Las vidas de todo un pueblo habrían podido salvar las piedras de tu anillo» (10).
- «¡Oh, cuántas almas asesinadas cuelgan de los collares de las matronas enjoyadas! Si vendieras una sola de tus joyas, distribuyendo su precio entre los hombres, cono-

(9) PABLO VI, PP 19.

cerías por las necesidades remediadas cuánto sufrimiento vale tu ornato» (11).

Permitidme también recoger una anécdota que se cuenta de S. Francisco Solano, O. F. M., como otra florecilla. Fue gran apóstol de las Indias occidentales, recorrió durante veintiún años territorios de Panamá, Tucumán, Chaco, Plata, Perú, Chile... Murió en Lima el 1610. «Cargado de su altar portátil, un pequeño violín y algunos libros, con los pies descalzos, muy pocos víveres y un gran crucifijo en la mano», cantaba sus cansioncillas y hablaba a los indios en su propio idioma, «amasando así a los pájaros y a las poblaciones» (Georges Goyan). Pero a quien no resultaba fácil amansar era a los propios conquistadores, a los hombres del poder y los tesoros.

En cierta ocasión, invitado por los conquistadores y encomenderos a un banquete, al bendecir la mesa tomó un pedazo de pan y lo apretó en sus manos, y comenzó a salir sangre. El santo dijo: «*Esta sangre es la de los indios*», y se retiró a su convento sin probar bocado.

Se no è vero, è ben trovato, es signo y profecía de una sangrante realidad. Quizás, si pasáramos por un laboratorio o por un análisis sociológico la mayoría de nuestros alimentos, vestidos y objetos de consumo, podrían detectar manchas de sangre india, negra o asiática. Antiguamente había alimentos impuros, hoy sabemos que hay alimentos injustos.

5. CONSUMISMO DEPREDADOR

«Tomó, pues, Yahveh Dios al hombre y le dejó en el jardín de

(10) AMBROSIO, S., *De Nabuthe*, pág. 14.

Edén, para que lo labrase y cuidase» (Gn 2, 15). El hombre es un cuidador de la naturaleza. Diríamos que no sólo de la naturaleza, sino de toda la existencia, «pastor del ser». Cuidar de la naturaleza supone conocerla, desde el respeto, embellecerla y desarrollarla, con humildad y prudencia.

Conocer la naturaleza, su realidad, su dinamismo y sus leyes, es todo un reto. No somos creadores, pero sí somos cultivadores y hasta cocreadores. Estamos llamados a perfeccionar la creación de Dios, pero desde la responsabilidad y el amor. Ni creadores ni demiurgos. Lo que nunca podemos hacer es destruir —el antigénesis—, manchar, afean y corromper la obra de Dios. Defensores de la vida, no sembradores de muerte. La naturaleza nos sustenta. Comemos «el fruto de la naturaleza y del trabajo del hombre». Y damos gracias a Dios por ello, por la naturaleza, por el trabajo, y por el fruto. Pero no vivimos para comer, sino que comemos para vivir, para ser, para crear, para orar.

El hombre consumista invierte más bien los términos, como si su razón de ser fuera precisamente el consumir. Entonces la misma personalidad se invierte, de manera que sus dimensiones y sus funciones más nobles se ponen al servicio de las menos nobles. Se pone la inteligencia al servicio de los objetos de consumo. Ver, por ejemplo, la importancia y la influencia de la *publicidad*. Hay un grave error antropológico, prevalece el *homo consumens* sobre el *homo sapiens*, prevalece el hombre destructor sobre el hombre creador. Lo cual hace daño al hombre, no sólo en cuanto a su dignidad y libertad, sino a su propia salud y vida. El consumo irresponsable hace enfermar y mata. Hay enfermedades y muertes por la falta de alimentos, pero hay también enfermedades y muertes por el exceso de alimentación. Lo mismo podríamos decir de otro

tipo de consumo más elevado, como el cultural, que puede originar, si no es responsable, alienación y dependencia; se perjudica la salud espiritual. El consumismo irresponsable conforma personalidades caprichosas, impulsivas, adictas y materialistas.

Pero no sólo el consumo irresponsable hace daño al hombre, sino que daña también la naturaleza, el medioambiente. Suenan constantemente voces de alarma. Hay tantos ciegos egoístas que no miran más que a su propio interés y bienestar, y no se preocupan del futuro, de transmitir a las próximas generaciones un mundo más limpio, más vivo y más bello. Son muchos los que denuncian una sobreexplotación de los recursos existentes, a costa de fertilizantes y pesticidas que provocan esterilidad, contaminación y eliminación de la biodiversidad. ¿Cuántos ambientes contaminados? ¿Cuántas especies desaparecidas o en vías de extinción? ¿Cuántos productos desnaturalizados, sin su verdadero sabor? ¿Cuántos seres viven oprimidos, degradados, esclavizados? ¿Cuántas víctimas hay que seguir ofreciendo en el ara de la codicia desenfrenada y prepotente del hombre?

«Los compuestos químicos de los productos de aseo y limpieza, los desechos de las fábricas donde se obtienen, los residuos sólidos que crecen desorbitadamente en nuestras ciudades, los gases que emiten las centrales eléctricas, las plantas industriales, los coches... provocan contaminación de los terrenos, de las aguas, agrandamiento del agujero en la capa de ozono y aumento del efecto invernadero que está calentando el planeta y acelerando los desastres naturales y las catástrofes, que afectan sobre todo a los pueblos y países más

(11) ZENON DE VERONA, *Tratado III De Justitia*, 6.

empobrecidos» (12).

Si todos los pueblos y países se empeñaran en consumir a la medida de Estados Unidos, nuestro planeta estallaría; necesitaríamos media docena de planetas más.

Hay que avivar en cada persona la compasión por la naturaleza, vulnerable a las agresiones humanas. Nuestro mundo padece «un cáncer ecológico». La humanidad padece un virus irreductible de codicia y agresividad que todo lo desequilibra.

Sufrimos, dice Schumacher, una «enfermedad metafísica», que consiste en no sentirnos parte de la naturaleza, sino «como una fuerza exterior destinada a dominarla y conquistarla» (13).

Podemos resumir la reflexión con una parábola.

Érase una vez un grupo de personas. Estaban invitados a un banquete en un castillo medieval. Era una fiesta espléndida. Los mejores manjares. Los vinos más costosos. No faltaba la orquesta. Los invitados tenían buen apetito. Y una vez saciados, en lugar de ir a casa, continuaban degustando otros alimentos.

Eran tan voraces que se acabó la comida. El dueño de la casa envió a sus criados, apoyados por los guardias de seguridad, a buscar más alimento entre los pobres campesinos del entorno. También el gas empezó a escasear, y los cocineros ordenaron a algunos criados que cortaran madera de las columnas y del tejado para hacer fuego y continuar cocinando. Pasado un buen rato, las columnas cedían y aparecían grietas en el techo. Pero los siervos y los comensales estaban tan absorbidos en lo suyo que no se daban cuenta de las conse-

(12) Informe. Manos Unidas, Boletín n.º 153, diciembre, 2003.

(13) SCHUMACHER, E. F., *Lo pequeño es hermoso*, Blume, Madrid, 1999,

cuencias de sus acciones.

No se daban cuenta ni querían darse cuenta de nada, salvo de sus guisos y viandas. No querían darse cuenta del peligro que les amenazaba. No querían darse cuenta del daño que producían en los alrededores del castillo. Hombres ciegos e insensatos, curvados, no ya sobre sí mismos, sino sobre sus platos.

6. CONSUMISMO SACRÍLEGO

El espíritu capitalista-consumista, si es que se puede llamar espíritu, invade todo los campos de la vida humana, incluso el religioso. No tiene ningún tipo de respeto ni de escrúpulos. Sin embargo, sabe guardar las formas. No es por convicción, sino por táctica y por interés, que es lo suyo.

En este sentido el consumismo no ataca directamente las convicciones religiosas, sino que las desvirtúa y las manipula. Para no producir miedo o escándalo, se viste de religiosidad y de piedad, un capitalismo «sagrado». Dios no tiene cabida en el consumismo, por eso lo sustituye. Pero, para adormecer a sus devotos, porque el consumismo es una droga que adormece, no niega a Dios, aunque se queda sólo con la palabra; del misterio se queda sólo con la letra; de la religión se queda sólo con el ropaje.

No niega la fe, pero la utiliza como un producto que da seguridad; y ofrecerá cantidad de objetos religiosos para que compren esta seguridad. La seguridad es buena para el capitalismo, porque favorece el consumo, directa e indirectamente. Con seguridad entran más ganas de comprar.

No niega el Evangelio, pero se queda con las páginas que le favorecen o interpreta cada página a su manera. Así puede vender más Biblias. Pensad, por ejemplo, en la Navidad, es la fiesta en que más se compra y se consume. Bienvenida la Navidad, pero sólo en lo que tiene de dulce. Lluvia de turrones y de millones. El misterio queda envuelto en compras, felicitaciones y regalos. Es la gran pascua consumista.

Hay que admirar el enorme poder del consumismo. Todo lo transforma y domestica, lo humano y lo divino. Lo humano, ya sabemos, todas las relaciones humanas se corrompen cuando entra el dinero por medio. Lo divino, ya decimos, lo desvanece.

Más ejemplos. Los sacramentos, signos de presencia y encuentro con Dios, se reducen a fiesta de familia, exhibición de modelos e incentivo comercial. Las fiestas patronales terminan siendo folklóricas y gastronómicas. Los santuarios multiplican recuerdos y objetos religiosos de venta. Las peregrinaciones y Años Santos son el mejor reclamo turístico... Donde entra el virus consumista, peligro, porque destruye todas las defensas.

La destrucción de los templos

Nos referimos, no a los templos de piedra, que los favorece y embellece para su propia gloria, sino a los templos vivos. Las leyes del consumismo son injustas y sangrientas, por lo que originan mucho sufrimiento y mucha muerte.

El mundo pobre es realmente un mundo empobrecido por los imperativos económico-financieros del capitalismo consumista. Cada empobrecido y excluido es un templo profanado o destruido. No hay mayor sacrilegio que el de un niño vendido y explotado, el de una mujer oprimida o violada

y humillada, el de una persona que muere por la tortura, el hambre o enfermedad curable.

Pero Jesús sigue con la mano levantada
contra todos los que profanan las casas de su Padre:
contra los mercaderes de hombres y mujeres,
contra los violadores de mujeres y de hombres,
contra los asesinos de niños e inocentes,
contra los fabricantes de pobres y de hambrientos,
contra todos los que afean y destruyen
las imágenes vivas de su Padre.

Y Jesús profetiza nuevamente
contra los comerciantes de afectos e ilusiones
y los traficantes de placeres y pasiones.
Y aún quiere llegar con su látigo
más lejos y más adentro,
hasta el templo de los mercaderes,
un grandioso templo de oro,
y derribar el altar dedicado al dios que adoran,
un dios con pies de barro y nombre vulgar,
que suena a libra-yen-corona-rublo-euro-dólar:

7. CONTRA TODA JUSTICIA

Según la doctrina de los Santos Padres y la Doctrina Social de la Iglesia, la propiedad privada no es un derecho primario ni absoluto. Antes que el derecho de propiedad, es el derecho a la vida; y antes que el bien particular, está el bien común universal. Los frutos de la naturaleza son en principio de todos y para todos. Y todos los hijos de Dios tienen derecho a sentarse a la mesa de la creación.

Son ya clásicas algunas afirmaciones de los Padres: «¿A quién hago injusticia reteniendo y conservando lo que es mío?», reteniendo y consumiendo, diríamos hoy. «El pan que tú retienes es del hambriento, el abrigo que tú tienes guardado en el armario es del desnudo, el calzado que está pudriéndose en tu poder es del descalzo, la plata que tienes enterrada, del necesitado. En conclusión, cuantos son los hombres a quienes podrías dar, tantas son las injusticias que cometes» (14).

El derecho de propiedad no es absoluto. Cuando dos derechos entran en conflicto, debe prevalecer el más importante. La vida y la dignidad, la salud y la cultura, son más importantes que la propiedad. Tenemos millones de personas que mueren de hambre, ¿qué pasa con nuestras propiedades? (15). ¿No deberíamos explicar mejor y concienciar bien sobre lo que significa la «hipoteca social»? (16). Consumir lo que está hipotecado va contra toda justicia.

La doctrina de la Iglesia es clara, que lo que nos sobra ya no es solamente nuestro, es también del que lo necesita para vivir: En consecuencia, lo que gastamos de más, el consumo exagerado, el derroche vicioso... es robar (17). «Lo superfluo es de los pobres» (A. De Hales). Pablo VI lo explica apasionadamente: «Cuando tantos pueblos tienen hambre, cuando tantos hogares sufren la miseria, cuando tantos hombres viven

pág. 14. Citado por Eugenio Alburquerque en M. J., n.º 305.

(14) BASILIO, S., Hom. *Destruam horrea mea*.

(15) PABLO VI resume esta doctrina en pág. 23.

(16) Cf. JUAN PABLO II, SRS 42.

(17) «No nos engañemos: todo aquel que no reparte a los pobres lo que sobra de los usos necesarios de la naturaleza, es un ladrón, y como tal es castigado, si no por las leyes, aunque también por algunas de éstas, a lo menos lo es, y ciertamente lo será, por las divinas» (JUAN LUIS VIVES, citado

sumergidos en la ignorancia, cuando aún quedan por construir tantas escuelas, hospitales, viviendas dignas de este nombre, todo derroche público o privado, todo gasto de ostentación nacional o personal, toda carrera de armamentos, se convierte en un escándalo intolerable» (18).

En este sentido, dar lo superfluo es de justicia, no de caridad. Dar lo superfluo es obligación, no misericordia. Pero dar de lo necesario sí es caridad, que puede llegar a ser extraordinaria. He aquí un par de ejemplos, tomados de los Padres y la historia de la Iglesia, «la praxis más antigua de la Iglesia», de la que habla Juan Pablo II (19).

- «Sabemos que entre nosotros muchos se han entregado a las cadenas para rescatar a otros; muchos se han vendido por esclavos y con el precio de su libertad han alimentado a otros» (20).
- «Los que amábamos por encima de todo el dinero y los acrecentamientos de nuestros bienes, ahora aún lo que tenemos lo ponemos en común y de ellos damos parte a todo el que está necesitado» (21).

Esto es caridad, como la de Cristo, que «*siendo rico, por vosotros se hizo pobre, para enriqueceros*» (2 Co 8, 9). Los cristianos, según la enseñanza de Juan Pablo II, estamos llamados a quitarnos el pan de la boca para dárselo al hambriento, «ali-

en *Vicarios de Cristo*, de J. I. GONZÁLEZ FAUS, 172).

(18) P. 53.

(19) SRS 31.

(20) CLEMENTE ROMANO, S., Carta a los Corintios, LV, 2. Arístides habla también de los que ayunan para alimentar a los necesitados: Apol. 2. 7.

(21) JUSTINO, S., Apol. I, 14, 2.

viar la miseria de los que sufren cerca o lejos, no sólo con lo «superfluo», sino con lo «necesario» (22).

La verdad es que este mandamiento es el que menos cumplimos los cristianos de los países ricos, es quizás nuestro pecado más grave y más reiterado, pecado verdaderamente mortal, porque engendra mucha muerte. El gran pecado de nuestra generación es el lento genocidio de los pobres, producido por la injusticia, la ceguera y el egoísmo de los países ricos, que en su mayoría son cristianos. Es una matanza colosal, pero anónima, difusa, irresponsable. Vivimos en un estado permanente de guerra no declarada. ¿No seremos una generación de ciegos epulones?

Lo necesario y lo superfluo

Definir lo que es *necesario* y lo que es *superfluo* no resulta fácil: qué es lo que necesitamos y lo que no necesitamos para vivir dignamente. Pero es que nos creamos muchas necesidades. Nos acostumbramos a vivir muy ricamente y nos parece que ya no podemos prescindir de cantidad de cosas. También tendríamos que definir lo *conveniente*, aquello que puede ayudarnos a mantener una vida gozosa y creativa.

No hay regla matemática, válida para todos, que establezca la medida y la línea divisoria entre lo uno y lo otro, porque las necesidades y exigencias no son las mismas. Son muchas las coordenadas que habrá que tener en cuenta, como la familia, la profesión, los compromisos de relación, el ambiente cultural y social en que se vive. Y no sólo hay necesidades materiales, ya sabemos, las hay también culturales, sociales, religiosas.

El criterio distintivo no está escrito. Pero sí podemos encontrar señales, convicciones, imperativos, que haríamos bien en seguir. Por ejemplo:

- Pregunta a la razón. No son razonables tantas desigualdades, y «no es más feliz el que más tiene, sino el que menos necesita».
- Pregunta al corazón, que nunca se equivoca, aunque «se equivoque». Sus respuestas irán por el camino de la compasión y la solidaridad.
- Pregunta a la Iglesia, que te hablará de la dignidad y aun sacralidad del pobre, y de sus derechos, y te urgirá a vivir con austeridad y sobriedad para compartir con él.
- Pregunta al Evangelio, escucha lo que te pide el Señor; recuerda sus Bienaventuranzas y su estilo de vida, y no olvides que «*hay más dicha en dar que en recibir*» (Hch 20, 35).
- Pregunta, en fin, al pobre, ponte en su lugar y empatiza con él. Su necesidad es la verdadera norma para distinguir lo necesario y lo superfluo, nunca nuestro gusto o comodidad. Si no hubiera pobres, si todos tuvieran para

(22) SRS. 31

(23) Acércate, por ejemplo, a la India. Allí hubo un hombre de gran corazón que defendía a los pobres y vivía como un pobre: «Puede decirse, sin el menor temor a exagerar, que consumir dulces y otras golosinas en un país en que millones de personas no pueden realizar siquiera una comida completa, es algo así como un robo» (GANDHI, 1986 b, 26). Y hablaba con más radicalidad, al estilo de los profetas y de los Padres de la Iglesia: «Creo que en cierto sentido todos somos ladrones. Si me apodero de una cosa que no necesito inmediatamente se la estoy robando a alguien»

vivir dignamente, podríamos permitirnos muchas más cosas que las necesarias, con tal de que fueran razonables (23).

Pero nuestra sociedad consumista no vive razonablemente. ¿Qué le vamos a pedir de sobriedad y solidaridad? Podemos dudar, en teoría, sobre lo que es *necesario*, *conveniente* y *superfluo*, pero hay cosas muy claras. Sabemos muy bien que muchos gastos son innecesarios, que hay lujos y derroches que no se justifican; incluso algunos son perjudiciales para la salud —alcohol, tabaco, sexo comercializado—, y otros van en contra de la vida —drogas, armas—.

Pregunta, pregunta. ¿Es necesario hacer de la casa un museo? ¿Es necesario tener dos mansiones, cuatro coches, seis televisores, armarios de ropa rebosantes... ¿Es necesario dejar a los hijos una gran fortuna, en vez de una gran cultura?

Las preguntas también podríamos hacerlas a la Iglesia, que no debiera tener más tesoros que los pobres, como decía S. Lorenzo. A Dios hay que ofrecerle lo mejor; es verdad, pero lo mejor no son los metales preciosos, sino lo que damos a sus hijos necesitados.

8. CONTRA LA PALABRA DE DIOS

Los hebreos, descendientes de Abraham, vivían en una tierra que tenía más de regalo que de conquista. La tierra pertenecía más a Dios que a sus propietarios, como si éstos sólo la tuvieran en usufructo, como prestada. Para significar esta pertenencia de la tierra a Dios se instituyeron las leyes relativas a las primicias (cf. Dt 26, 1-11); a los diezmos (cf. Dt 14, 22-29); a los

Años Santos y los Jubileos (cf. Dt 15, 1-11; Lv 25, 8-17). Para que nadie acumulara con exceso se exigía cada siete o cada cincuenta años perdonar las deudas, liberar a los esclavos y devolver la tierra a sus primitivos dueños. Los terratenientes y propietarios absolutos, más si se trataba de personas, ofendían la soberanía de Dios. Nadie debe ser deudor de nadie de manera permanente. Nadie debe ser esclavo de nadie, sólo de Dios.

No importa ahora saber hasta qué punto este ideal llegó a cumplirse, pero sí importa conocer la filosofía o la mística con que se miraban los bienes de la tierra y su propiedad. Estos bienes no debían ser para unos pocos solamente, había que compartir, «*con el fin de que no haya ningún pobre junto a ti*» (Dt 15, 4); «*no endurecerás tu corazón ni cerrarás tu mano al hermano pobre, sino que le abrirás tu mano*» (Dt 15, 7-8). El que no lo hace no sólo ofende al pobre, sino al mismo Dios, le ofende y le roba. Tú puedes mirar con malos ojos al pobre y no darle nada, entonces «*él apelaría a Yahveh contra ti y te cargarías con un pecado*» (Dt 15, 9).

En cambio, Dios bendice al que se conmueve ante el pobre y le favorece y le ayuda. Éste compartir vale más que las mortificaciones, holocaustos y ayunos. ¿Cuál es el ayuno que Dios quiere? «*¿No será partir al hambriento tu pan y hospedar a los pobres sin techo?*» (Is 58, 7; cf. Am 5, 21-24).

Dios no quiere que sus hijos pasen hambre o no tengan vestidos ni techo, por eso se complace en el que ayuda a los desvalidos y necesitados. Entre las formas de ejercer la caridad encontramos:

- La obligación de dejar parte de la cosecha para el espiguelo y la rebusca después de la vendimia (cf. Lv 19, 9-10).

- El diezmo trienal (cf. Dt 14, 28-29).
- Ofrendas en las fiestas y celebraciones especiales (cf. Dt 16, 11-14; Neh 8, 10).

En cuanto al cómo y el cuánto se insiste en que se dé con generosidad, con respeto, con alegría. «Hijo, con tus beneficios no mezcles el reproche, ni a tus regalos juntes palabras tristes» (Eclo 18, 15).

El viejo Tobías así lo resume: «No apartes el rostro de ningún pobre y Dios no lo apartará de ti. Si abundases en bienes, haz de ellos limosna, y si éstos fueran escasos, da según tu escasez... Todo cuanto te sobrare dalo en limosna y no se te vayan los ojos tras lo que dieres» (Tb 4, 7-8.16).

Dar lo que sobre. El Bautista hablaba de dar el cincuenta por ciento de lo que se tiene (cf. Lc 3, 11). También Zaqueo (cf. Lc 19, 8).

Dar incluso lo necesario. Ante gestos como el de la viuda de Sarepta (cf. 1R 17, 15-16) o la viuda de las dos monedas (cf. Lc 21, 1-4) el mismo Dios se emociona.

Pero repugnan a Dios las actitudes de los egoístas y avaros, de los comilones y acaparadores, de los usureros y opresores. Jesús los retrata magistralmente en la parábola del *rico Epulón* (cf. Lc 16, 19-31) y del *rico necio* (cf. Lc 12, 16-21). Podríamos multiplicar los textos en los que se condena el consumismo egoísta e irresponsable. Todos los grandes profetas levantan su voz contra los que, llevados de su codicia y hedonismo, explotan a los pobres.

El consumo que Dios rechaza

Consumismo tramposo y fraudulento.

Jeremías hablaba de redes y trampas para cazar hombres (cf. Jr 5, 26-27). Amós denuncia a los que «*achican la medida y aumentan el peso, falsificando balanzas de fraude*» (Am 8, 5). Y en el mismo sentido, Miqueas: «*¿He de soportar yo una medida falsa y una arroba corta, abominable? ¿Tendré por justas las balanzas de maldad y la bolsa de pesas de fraude?*» (Mq 6, 10-11).

Consumismo egoísta y excluyente

Así lo denuncia Isaías: «*¿Ay los que juntáis casa con casa y campo a campo anexionáis, hasta ocupar todo el sitio y quedaros solos en medio del país!*» (Is 5, 8). Va contra los grandes terratenientes, las grandes Bancas, las grandes Multinacionales.

Pero éstos «que confían en su opulencia y se jactan de sus inmensas riquezas... son un rebaño para el abismo, la muerte es su pastor» (Sal 48, 7.15).

Consumismo divertido y alienante

Este consumismo se pinta en femenino. Amós nos habla de la mujeres que no se cansan de la fiesta y dicen a sus maridos: «*Traed y bebamos*» (Am 4, 1). Isaías las describe muy elegantes, deslumbrando con su *glamour* y picardía: «*Por cuanto son altivas las hijas de Sión, y andan con el cuello estirado y guiñando los ojos, y andan a pasitos menudos, y con sus pies hacen tintinear las ajorcas*» (Is 3, 16). En otro momento alude a su confianza e indolencia (32, 9).

De este consumismo habla también el salmista: «*No hay congojas para ellos, su cuerpo está sano y rollizo; no comparten*

la pena de los hombres, no sufren como los demás. Por eso el orgullo es su collar, la violencia el vestido que los cubre, los ojos se les saltan de gordura» (Sal 72, 4-7).

Santiago los amenaza: «Habéis vivido sobre la tierra regaladamente y os habéis entregado a los placeres. Os habéis cebado para el día de la matanza» (St 5, 5). Se entiende la comparación.

Consumismo injusto y criminal

Se reitera el tema de los que pisotean al pobre, lo tratan como una mercancía, lo despojan y asesinan. Son muy conocidas las citas de Amós contra los que «venden al pobre por un par de sandalias» (Am 2, 6; 8,6), y «pisan la cabeza de los débiles, hasta aplastarlos» (Am 2, 7; 4,1). Isaías lo pinta con fuerza: «Vosotros habéis incendiado la viña, tenéis en vuestras casas lo robado al pobre. Pero ¿qué os importa? Machacáis a mi pueblo y moléis el rostro de los pobres» (Is 3, 14, 15). Véase, asimismo, Jr. 22, 3; Pr 22, 22.

Ben Sirá sentenciará:

«Pan de limosna es vida del pobre.
Quien se lo quita es un hombre sanguinario.
Mata a su prójimo quien le arrebatara su sustento,
vierte sangre quien quita el jornal al jornalero»
(Eclo 34, 21-22).

En esta línea se mueve también la Carta de Santiago.

Consumismo sacrílego e idolátrico

Sacrílego, cuando se quiere justificar con el culto a Dios. Amós lo denuncia con fuerza: «Yo detesto y desprecio vuestras

fiestas... No me complazco en vuestras oblaciones... ¡Que fluya, sí, el juicio como agua y la justicia como torrente inagotable!» (Am 5, 21-22, 24).

También Isaías; *«es que el día en que ayunabais, buscabais vuestro negocio y explotabais a todos vuestros trabajadores. Es que ayunáis para el litigio y el pleito y para dar puñetazos al desvalido» (Is 58, 3-4).*

Un texto ya famoso: *«No se complace el Altísimo en ofrendas de impíos... Inmola a un hijo a los ojos de su padre, quien ofrece víctima a costa de los bienes de los humildes» (Eclo 34, 19-20).* Esta palabra fue un toque de conversión y de gracia para Bartolomé de Las Casas.

Idolátrico cuando los bienes y el dinero se convierten en un dios. *«Cuando... ellos, después de comer hasta hartarse y engordar bien, se vuelvan hacia otros dioses... Come Jacob, se sacia... —te has puesto grueso, espeso, turgente—, rechaza a Dios» (Dt 31, 20; 32, 15).* Una confirmación de esta palabra la encontramos en Oseas: *«Yo los apacenté y se saciaron y se enfrió su corazón, por eso se olvidaron de mí» (Os 13, 6).*

Cuando el hombre codicia las cosas y se llena de cosas, éstas terminan por convertirse en ídolos: *«Se llenó su tierra de plata y oro, y no tienen límite sus tesoros; se llenó su tierra de caballos, y no tienen límite sus carros; se llenó su tierra de ídolos, ante la obra de sus manos se inclinan» (Is 2, 7-8).*

Jesús lo expresó con claridad y con fuerza: *«No podéis servir a Dios y al dinero» (Mt 6, 24).* Porque quien sirve al dinero encadena su corazón y no podrá seguir a Dios (cf. Mt 19, 21-22; Lc 14, 23). Quien sirve al dinero endurece su corazón y no podrá amar a Dios ni al hermano (cf. Mt 18, 23-24). Quien

«DOMINAR EL MUNDO» Y «EL USO DE LA NATURALEZA» Y DE LOS BIENES DE FORMA ¿ILIMITADA? CLAVES ECOLÓGICAS

FR. JOSÉ MANUEL BERNÁRDEZ RODRÍGUEZ
(PP. Franciscanos)
Centro de Atención Pastoral
(CAP. Vega de Valcarce). Diócesis de Astorga

I. INTRODUCCIÓN

En un mundo en el cual existen grandes desigualdades sociales, culturales y sobre todo económicas, es urgente reflexionar sobre el uso de los bienes que nos ofrece la naturaleza y el destino de los mismos. Sabemos que existen muchos bienes en la madre tierra, unos nos han sido dados por la naturaleza y otros ha sido el mismo hombre el que ha hecho crecer los bienes. Sin embargo, no todos los hombres tienen acceso y derecho a esos bienes. En algunos lugares de nuestro planeta, y en muchas ciudades y pueblos, sobran riquezas y en otros no son suficientes.

Parece claro que la cuestión del uso de los bienes es actual y urgente. *La palabra más terrible que haya sido pronunciada contra nuestro tiempo es quizá ésta: «Hemos perdido la ingenuidad»*. Así comienza el prefacio del libro *Sabiduría de un Pobre*, de Eloi Leclerc (1). Estas palabras resuenan hoy en nuestras relaciones sociales, económicas y ecológicas de una manera estremecedora.

Si partimos de que el hombre contemporáneo se sitúa ante la naturaleza y ante el mundo con una actitud «*secular*», es decir, sin referencia alguna a un origen o a un fin, nos damos cuenta de que el uso que hace el hombre de la naturaleza y de los bienes no tiene límites. El hombre ya no es capaz de encontrar sus raíces ni la finalidad de los bienes que le rodean. Esta actitud es opuesta, o al menos extraña, a la que han mantenido y vivido los hombres de culturas anteriores que estaban impregnadas de una búsqueda de sentido y de preguntas constantes sobre el porqué de los bienes.

En la tradición bíblica, el hombre se mueve en una creación buena, obra de un Dios bueno que le invita a reconocer los beneficios de una naturaleza amiga, apta para conducir su mirada al autor de estas maravillas. El comportamiento del hombre entraña repercusiones más o menos favorables y también desastrosas, sobre su entorno. Es el sentido de los relatos bíblicos del Paraíso terrestre y de la Caída, sobre todo.

En el cristianismo, del hecho de la encarnación del Verbo, de su descenso a este mundo, la creación entera se encuentra valorizada. Los Padres de la Iglesia asocian las criaturas mate-

(1) LECLERC, E., *Sabiduría de un Pobre*, Madrid, Ediciones Marova, S.L., 12.^a edición, 1992.

riales al destino del hombre salvado (2). Sin embargo, no todos los cristianos han vivido esta relación con el universo material con igual optimismo. Ciertas épocas o ciertas corrientes religiosas, en el transcurso de los siglos, se han revestido, incluso, de un gran pesimismo ante una naturaleza que se les mostraba como hostil o desfigurada, como un lugar de prueba o de exilio (3).

Consecuencia de esa actitud secular, el hombre del siglo XXI ha intensificado más su deseo de posesión de los bienes y los mecanismos para dominar el mundo, apartando, poco a poco, a la persona. El lugar del otro ahora lo ocupan los bienes y los bienes, son para el hombre, y el hombre se considera el dueño de todo.

I. LOS BIENES SON UN DON DE DIOS

En el Antiguo Testamento, concretamente en el libro del Génesis, se nos narra, por medio de imágenes, el origen de los bienes: el mundo, el hombre, una humanidad nueva, la naturaleza. Dios es el creador del mundo, el creador del hombre, el creador de una nueva humanidad y el creador de Israel. Desde el punto de vista religioso y cristiano, el hombre es el bien mayor del mundo y de la naturaleza, sin duda alguna. Sin embar-

(2) Se han inspirado en el célebre texto de la epístola de Pablo a los Romanos: «La creación entera espera participar en la libertad y gloria de los hijos de Dios» (8, 21).

(3) Fue el pensamiento filosófico-religioso llamado idealismo el que pensaba que la existencia era, en el fondo, de naturaleza espiritual. El otro extremo se llama materialismo, por el que se entiende una filosofía que reduce todos los fenómenos de la naturaleza a magnitudes físicas concretas.

go, esta superioridad del hombre, no le capacita para ejercer un dominio salvaje de los beneficios que recibe de la naturaleza y de los bienes en general. Existen unos límites (4).

El hombre vive rodeado de otros seres humanos y otros bienes naturales, los cuales es necesario respetar e irremediabilmente convivir con ellos. Además, el hombre está capacitado para descubrir que todos los bienes que recibe le vienen dados, sólo es un receptor privilegiado que fácilmente puede dejarse fascinar y asombrar por tal don o, por el contrario, sentirse dueño absoluto de todo, confiriendo a tales bienes un valor permanente, desplazando así al propio hombre a objeto, y convirtiendo a los bienes en sujetos y protagonistas de la vida humana.

1.1. Todo para el hombre

Dios es el creador del mundo y del hombre; ambos van unidos irremediabilmente. Los bienes son parte sustancial de la vida del hombre y de la creación de Dios.

«Al principio creó Dios el cielo y la tierra. La tierra era un caos informe; sobre la faz del abismo, la tiniebla. Y el aliento de Dios se cernía sobre la faz de las aguas» (Gen 1, 1-2) (5).

«El Señor Dios modeló al hombre de arcilla del suelo, sopló en su nariz aliento de vida, y el hombre se convirtió en ser vivo» (Gen 2, 7).

(4) Los excesos en el desarrollo técnico actual han de servir al hombre para tomar conciencia de que una explotación egoísta y desmesurada de la madre naturaleza se vuelve también en contra del mismo hombre.

(5) El relato de la creación de Gen 1, 1-2, 4a, perteneciente a la escuela sacerdotal (P).

El *Viento de Dios* (6) aparece en relación con procesos creadores, mundos nuevos, verdaderos nacimientos traumáticos. Es libre. Es combativo. Ordena el caos. Anima lo inerte. Seca las aguas. Divide el mar. Es causa de libertad: pone en marcha procesos en los que se evidencia la llamada a una suma libertad del hombre en el bien, y se constata la suma libertad con que el hombre escoge el mal.

Fue el don de Dios el que hizo posible los bienes de la tierra. El Señor Dios, en el origen de todo, plantó, hizo brotar, tomó al hombre y lo colocó, lo bendijo y pactó con él. El hombre es el sujeto de la bendición, es el sujeto de la promesa y el sujeto del pacto. Este don de Dios se describe a través de diversas imágenes: la tierra (Noé), el jardín (Adán), una tierra que mana leche y miel (Israel), la bendición, el pacto...

«El Señor Dios plantó un jardín en Edén... y colocó en él al hombre que había modelado. El Señor Dios hizo brotar del suelo toda clase de árboles, hermosos de ver y buenos de comer; además, el árbol de la vida en mitad del jardín y el árbol de conocer el bien y el mal... El Señor Dios tomó al hombre y lo colocó en el jardín para que lo guardara y lo cultivara» (Gen 2, 8-9.15).

Los bienes son don de Dios para el hombre. En la expres-

(6) RUAH DE DIOS. *Un viento terrible*: lit. *ru^oh^{oe}lohim*. *Ru^oh* puede significar:

- *ser amplio, ligero: aroma* en ugarítico (*r^h*);
- *aire en movimiento: como viento, brisa* (referido a la meteorología): Ex 14, 21; Num 11, 31; como aliento (referido a la antropología): Gen 2, 7; 1 Re 10, 5;
- *principio vital: espíritu* (sobre todo en contexto teológico referido a YHWH): Núm 11, 29; Is 30, 1.

sión «*de Dios*», aquí el adjetivo subjetivo no representa un complemento de posesión, sino de oblación. Aquí el adjetivo subjetivo no da lugar a un tener, sino que indica la fuente del ser. Y la expresión *para el hombre*, nos señala que todo lo puso el Señor Dios a disposición del hombre. Todo es para el hombre siendo todo de Dios.

De esta forma donde actúa el viento de Dios, hay fruición sin posesión, hay abundancia sin riqueza y el hombre, que de todo goza, nada tiene. Se da al hombre un ámbito de libertad. Sólo mientras el hombre acoge la tierra, el jardín, como don de Dios, como regalo, como palabra de amor pronunciada por otro, se mueve en la tierra con eterna libertad. Cuando el hombre se apodera de la tierra —del jardín, del paraíso— negándole así su carácter de don y el mensaje de amor que contiene, entonces será presa del miedo y de la vergüenza, y se esconderá.

Se da al hombre un ámbito de diálogo con Dios y de comunión con Él. Mientras el hombre acoge la tierra —el jardín— como don de Dios, se mantiene abierto a un diálogo de amor: Dios ama al hombre, y se lo dice dándole la tierra; el hombre ama a Dios, y se lo dice gozando de la tierra.

1.2. El hombre se apodera del don de Dios

Me van a permitir que describa el pecado —el primero y el último de la humanidad— como *paso que el hombre da desde la fruición agradecida del don de Dios a la posesión engreída*. Las cosas que eran de Dios, porque Él les daba el ser, ahora son *del hombre*, porque el hombre las posee, las ha hecho suyas. Dios da, ofrece, hace surgir... El hombre se apodera de,

acapara, almacena... Las cosas, que eran voceros de una relación de amor, se quedan ahora mudas. Son *mías*, y porque son *mías*, ya no hablan del Otro. Las cosas que el Viento de Dios había dado al hombre para que gozara de ellas en libertad, se transforman, por la voluntad de posesión, en deseo esclavizante. Las quiero para mí. El deseo me atormenta, me esclaviza y me corrompe... Por tener, el hombre mentirá, vejará, matará...

«La mujer cayó en la cuenta de que el árbol tentaba el apetito, era una delicia de ver y deseable para tener acierto. Cogió fruta del árbol, comió y se la alargó a su marido, que comió con ella» (Gen 3, 6).

«Vamos a construir una ciudad y una torre que alcance al cielo» (Gen 11, 4).

«*Guárdate de olvidar al Señor, tu Dios, de no cumplir los preceptos, mandatos y decretos que yo te mando hoy. No sea que cuando comas hasta hartarte, cuando te edifiques casas hermosas y las habites, cuando críen tus reses y ovejas, aumenten tu plata y tu oro y abundes de todo, te vuelvas engreído y te olvides del Señor tu Dios que te sacó de Egipto... Y no digas: Por mi fuerza y el poder de mi brazo me he creado estas riquezas*» (Dt 8, 11-15.17).

El primer pecado del hombre sigue repitiéndose, tanto en mi vida personal como comunitaria. El llamado pecado estructural sigue vigente hoy en nuestra sociedad. Ese deseo de poseer cosas e incluso personas nos despersonaliza y arranca de nuestra esencialidad. La génesis de nuestro ser nos remite permanentemente al Creador.

De este modo, buscar de nuevo la relación primera con el Creador y con los bienes, sigue siendo para el hombre de hoy un gran reto. Aprender a vivir desde esta perspectiva de acogida

da y restitución al Creador de todo nos situaría ante la vida con un talante muy diferente en el uso de las cosas y de los bienes de la tierra, tanto materiales como de cualquier otro tipo.

2. EL FIN DE DIOS EN LA CREACIÓN

La distancia entre ricos y pobres es cada vez escandalosamente mayor. El endeudamiento de muchas naciones, como medida de supervivencia, sólo ha agudizado la problemática: empobrecidos y, además, endeudados. Las estadísticas más tímidas señalan que nuestro sistema económico global mantiene en la pobreza y en la miseria a dos terceras partes de la humanidad. El mercado está igualmente ligado a una cultura de lo inmediato y sin raíces.

Los Santos Padres nos recuerdan en sus diversos escritos la finalidad del hombre en el mundo y su relación con los demás. Y muy relacionados con el hombre y el mundo están los bienes. Aquí se pone en relación el ser y el tener, dos verbos que siempre han suscitado debate y opinión. Desde el punto de vista de la fe, los Santos Padres tienen un modelo de hombre y una visión sobre el destino de los bienes. Pero para comprender cuál es el destino de esos bienes es necesario preguntarse para qué fue creado el hombre, cuál es la vocación del ser humano en el mundo. Clemente Alejandrino nos dice que *Dios creó al hombre para la comunidad y comunión* (7).

Gaudium et spes fundamenta el fin de Dios en la creación, señalando que Dios ha destinado los bienes a todos los hombres; que el desarrollo debe estar al servicio del hombre y

(7) CLEMENTE ALEJANDRINO. Paed. II, 12: pág. 8, 541; SCH 70, 228.

debe estar bajo el control del hombre; y que deben desaparecer las enormes desigualdades socio-económicas. Además, *Gaudium et spes* refuerza este principio, constatando y exigiendo al mismo tiempo un cambio de estructuras, de mentalidad y de costumbres. Insiste en obligaciones muy concretas: contribuir al progreso de la propia comunidad, no retener riquezas improductivamente, ni evadir capitales; ayudar a la agricultura, atender justa y equitativamente los emigrantes y a su familia; invertir en las regiones de emigración.

2.1. Los bienes creados deben subordinarse al hombre

«No sólo la ciencia y la técnica, sino también los restantes bienes creados, incluida la propiedad, deberán subordinarse al hombre» (MM) (8). Desde la encíclica *Mater et Magistra* se pone de relieve la pérdida de función que ha experimentado la propiedad como base de seguridad y se resalta, por el contrario, la primacía del trabajo humano sobre la posesión de los bienes externos, que son de carácter instrumental. Si la tierra es el primer don de Dios para el sustento de la vida humana, el trabajo es tanto más fecundo cuanto mayor es su capacidad para conocer las necesidades de las otras personas para quienes se trabaja.

Laborem exercens (9) señala la primacía del hombre respecto de las cosas y, puesto que el trabajo humano ha de ser el

(8) Encíclica *Mater et Magistra* del Papa Juan XXIII sobre el desarrollo de la cuestión social, desarrollo económico y colaboración mundial. Año 1961.

(9) La encíclica *Laborem Exercens* (sobre el trabajo humano) del Papa

verdadero y único sujeto del proceso productivo, el trabajo humano adquiere una prioridad sobre todo lo demás, sean medios de producción, capital o simplemente «cosas». El hombre domina la tierra mediante el trabajo.

2.2. Los bienes creados deben servir al hombre mediante el trabajo

La razón de la distribución de los bienes universales, su distribución y consiguiente participación, la establece *Laborem exercens* (10) al relacionar propiedad, trabajo y destino universal de los bienes. La propiedad hay que analizarla básicamente desde el trabajo, cuyo derecho ha de ser enmarcado en el más amplio contexto del derecho común de todos a usar los bienes de la entera creación. Mediante el trabajo se adquiere la propiedad, y para que sirva al trabajo. La tradición cristiana ha considerado el derecho de propiedad privada como subordinado al derecho al uso común, al destino universal de los bienes. Por tanto, no puede constituir la propiedad un motivo de contraste social con el trabajo, ni pueden ser poseídos los bienes contra el trabajo, ni siquiera para poseer, sino sólo para que sirvan al trabajo y posibiliten la realización del destino universal de los bienes y el derecho a su uso común.

3. EL USO DE LAS CRIATURAS

Juan Pablo II, vio la luz pública el 14 de septiembre de 1981.

(10) En *Laborem Exercens* Juan Pablo II llevó el debate sobre «la cuestión social» a un terreno menos estructural y más humanista que sus pre-

Una realidad patente de nuestro mundo globalizado es la concentración del poder y de las riquezas en manos de unos pocos. El bien común es sólo el bien de unos cuantos. La economía de mercado, que se autorregula al margen de la ética, funciona desde una lógica excluyente que beneficia siempre a los mismos, a los poderosos. La inmensa mayoría de los habitantes del planeta vive al margen de un mínimo de bienestar; a la vez que es manipulada en sus deseos y emociones por los medios de comunicación para inducirla a un consumismo irracional.

El Creador es el Señor y Dueño universal. El hombre tiene dominio sobre la creación, sólo en cuanto es imagen de Dios. Los Padres recuerdan este señorío del hombre que le viene de Dios. Así, tanto en el Antiguo Testamento como en el Nuevo Testamento, se habla de que los bienes están al servicio del amor y de la misericordia.

3.1. El derecho de todo hombre a usar de los bienes

Todos los hombres tienen el derecho primario a usar de todos los medios disponibles para la vida. La voluntad humana y las diversas formas jurídicas de los pueblos regulan este principio del orden económico-social. Sin embargo, al constituir el destino universal de los bienes un derecho natural y fundamental, el propietario *no debe tener las cosas exteriores que legítimamente posee como exclusivamente suyas, sino también*

decesores papales, concentrándose en la naturaleza del trabajo y la dignidad del trabajador.

como comunes, en el sentido de que no le aprovechan a él solamente, sino también a los demás (11).

En las sociedades desarrolladas, las autoridades disponen de medios para llevar a cabo una distribución real de los bienes; en las menos desarrolladas existen costumbres válidas que aseguran a cada miembro los bienes absolutamente necesarios, y las que no respondan a tal fin deben abandonarse o adaptarse en función de su utilidad personal y social. En las naciones muy desarrolladas, la previsión y seguridad social, la cultura y la educación pueden contribuir al destino común de los bienes.

3.2. La dimensión social de la propiedad y el trabajo personal

Todo hombre tiene derecho a encontrar y a usar en la tierra los bienes que necesite para subsistir; y el trabajo permite que el hombre se apropie de parte de la tierra y, por responsabilidad, no debe impedir que otros almacenen su parte, sino que juntos deben cooperar para dominar la tierra.

Hoy se concede más importancia a los bienes del conocimiento, de la técnica y del saber. Ahora el trabajo es más importante para producir riqueza que poseer tierras. Y puesto que hoy el trabajo consiste en trabajar con otros y en hacer algo para alguien, se amplía el concepto de trabajo: de agrícola e individual, a la capacidad e iniciativa para crear empresas (12).

4. LA NATURALEZA SOCIAL DEL HOMBRE

(11) Constitución Dogmática del Concilio Vaticano II, *Gaudium et*

Los Santos Padres miran al hombre como creado para vivir en comunión. Esta complementariedad de la única naturaleza humana común insertada por Dios emerge del mismo hombre.

San Basilio compara al hombre individual con el órgano de un cuerpo, que no puede vivir sin el otro, ni sin servir al otro (13). Niseno considera que los dones de cada uno los hemos recibido como don, por ser «imágenes» de Dios y, por tanto, semejantes a los de todos los demás. En cambio, nos hacemos semejantes a Dios, mediante el ejercicio de la soberanía, por el libre albedrío: *somos artífices de esta semejanza con Dios ejercitando nuestro señorío a semejanza del suyo, sobre todas las cosas creadas* (14).

La mayoría de los Padres, por no decir todos, afirman que el hombre ha sido creado como imagen de Dios, el cual se ha revelado un Dios misericordioso y compasivo.

4.1. La «esencialidad» del ser social del hombre

El respeto debido a la persona humana y la colaboración social movida por la caridad son actitudes fundamentales que han de situar rectamente los hombres en la comunidad.

La enseñanza patrística, en este sentido, tiene su continuidad en el Concilio Vaticano II. La enseñanza conciliar gira

spes, n.º 69.

(12) *Centesimus annus*, n.ºs 30-32.

(13) SAN BASILIO, Ep. 97: PG 32, 493.

en torno a dos polos que darán origen a una tensión dialéctica. De una parte, se afirma que el principio, el sujeto y el fin de todas las instituciones sociales es y debe ser la persona. Pero a la vez se añade que la vida social no es para el hombre algo accidental, ya que la persona humana, por su misma naturaleza, tiene absoluta necesidad de la vida social.

Se debe afirmar que el desarrollo de la persona humana y el crecimiento de la misma sociedad están mutuamente condicionados (15).

4.2. Dimensión universal del bien común

Los Santos Padres insisten en que los bienes están al servicio del hombre, pero al mismo tiempo el hombre fue creado para ejercitar el dominio sobre todos los bienes. Junto a este principio, es necesario señalar la libertad del hombre, la capacidad del hombre tanto para mandar y dominar como para usar los bienes.

Dios creó todas las cosas en función del hombre. El hombre es el protagonista de la creación, en cuanto imagen de Dios; y su destino es vivir en comunidad y crear comunión de bienes. Todo es de todos y para todos.

La creciente interdependencia mutua entre los hombres y la globalización progresiva del mundo lleva consigo una responsabilidad más grave de todo el género humano en orden

(14) S. GREGORIO NISENO, In verba: «Faciamus hominem». Or. I: PG 44, 273; ed. W Jaeger, Suppl., 29-33.

a la realización del bien común universal en el que todos los pueblos puedan alcanzar, en la colaboración con los demás, un desarrollo y perfeccionamiento dignos del hombre.

«La interdependencia cada vez más estrecha, y su progresiva universalización, hacen que el bien común se universalice cada vez más e implique, por ello, derechos y obligaciones que miran a todo el género humano» (16).

5. EL VALOR DE LOS BIENES

El desprecio y la condenación de los bienes terrenos por sí mismos fueron considerados de ordinario una herejía, que según las épocas corresponde a diversas sectas. Sin embargo, las fuentes cristianas señalan que los bienes son positivos y buenos para el hombre.

Clemente de Alejandría denunció, al mismo tiempo, a quienes enseñaban (Carpócrates) que para ser cristiano se había de renunciar primero a todo bien terreno (17). Es común en los Padres afirmar que no se puede despreciar el oro por ser oro, pues es una criatura de Dios. Clemente distingue entre los bienes, aquellos que son *chrémata* (cosas útiles) y aquellos que son *órgana* (instrumentos) (18). Así, poco a poco, los Padres van incluyendo no sólo los bienes materiales, sino todo tipo de riquezas, como son todos aquellos que con-

(15) Constitución Dogmática del Concilio Vaticano II, *Gaudium et spes*, n.º 25.

(16) Constitución Dogmática del Concilio Vaticano II, *Gaudium et spes*, n.º 26.

(17) CLEMENTE ALEJANDRINO, Paed. II, 12: PG 8, 541; SCh 70, 228-230.

tribuyen para el desarrollo del hombre (de naturaleza social) hacia su fin, como lo será por ejemplo la salud (más necesaria aún que los bienes materiales), la inteligencia, etc.

5.1. EL USO DE LOS BIENES

Todos los bienes están encaminados al uso y, por eso, lo que da derecho de posesión sobre ellos es el uso que de ellos se hace. Sin embargo, para el uso necesario, bastan pocos bienes privados; y así la propiedad, en cuanto a bienes de uso privado, es necesaria, pero muy limitada.

De este modo, los bienes no son de por sí ni buenos ni malos; estas categorías dependen enteramente del uso que de ellos se haga. Todo el «bien» que los constituye en «bienes» es instrumental; no tienen fin en sí mismos (no son bienes absolutos), sino valen en cuanto utilizados en función del hombre. San Gregorio indica lo siguiente con respecto al uso de los bienes: *«Quien los usa mal (los bienes), contra su finalidad, en realidad no los usa, sino abusa, y de ese uso o abuso depende la justicia del hombre respecto de ellos»* (19). Así, pues, sólo su comunicación hace buenas las riquezas y justifica su posesión.

5.2. El mal uso de los bienes

La situación del uso de los bienes en nuestro mundo moderno, no sólo no ha mejorado, sino que se ha agravado. Las cifras de la ONU no sólo denuncian el hambre crónica de 1.000 millones de habitantes, la muerte de 40.000 personas

(18) El salmo 144 (143) 12-15, desea para Israel todos los bienes, aun los terrenos, pero pone a Yahvé como su bien supremo.

diarias por inanición. Pronostican, además, que esta matanza se ha acelerado en los últimos años y el progreso de la aniquilación coincide con lo que se llama globalización y neoliberalismo. La gente se muere de hambre y de enfermedades no porque no haya bienes para atenderlas, sino porque el sistema de mercado declara de antemano muertos a quienes no poseen capacidad de compra y niega ayudas en provecho de reducir impuestos al capital. Apenas un 2% de la producción mundial de grano bastaría para alimentar a los 1.000 millones de personas que lo necesitan, pero sin un céntimo para adquirir un puñado de trigo o de maíz, su identidad es irrelevante.

6. LA PROPIEDAD DE LOS BIENES

Es evidente que la propiedad es necesaria. La propiedad que corresponde al hombre, por ser hombre, es aquello que le pertenece definitivamente y para siempre, esto es, sus características humanas de que el Creador lo ha dotado. Así, en cuanto a los bienes fuera del hombre, su propiedad está subordinada a esta propiedad constitutiva del hombre (20). Además estos bienes que son propios del hombre por derecho, su Señor y Dios ha mandado comunicarlos (21). La propiedad que el hombre ejercita como dominio sobre ellos es su administración, señala San Gregorio Nacianceno.

Cuando los Santos Padres hablan de *propietario*, no signifi-

(19) S. GREGORIO NACIANCENO, Or. XIV. *De pauperum amore* 26: PG 35, 892.

(20) AMBROSIO, S., Exp. In Lc. VII, 124: PL 15, 1751; ed. Ambrosiana, vol. 12, 184.

(21) CLEMENTE ALEJANDRINO, *Quis dives salvetur?*, 13: PG 9, 616 s.

ca que el hombre sea dueño absoluto, sino que el señorío sobre los bienes está limitado por la Soberanía universal del Creador y Padre, y él como Señor supremo nos ha impuesto de comunicarlos (22).

6.1. Los bienes son para comunicarlos

La comunicación a los demás de los bienes (23), para remediar las necesidades comunes, es deber de justicia, nos señalan los Padres. El destino de este tipo de bienes son los pobres, pues es de justicia que ellos reciban esos bienes que a nosotros nos sobran o que llamamos bienes superfluos. A ellos les pertenece por justicia.

Esta idea de los Santos Padres es muy interesante, porque distinguen bienes superfluos de bienes propios e intransferibles. Unos son de justicia y los otros se pueden comunicar no sólo por justicia, sino por caridad.

Así, esta intuición aparece ya en el Nuevo Testamento. El cristiano tiene una mayor conciencia de esta ley de justicia y, por lo mismo, mayor responsabilidad. Conoce la actitud de Jesús y su mensaje. Somos depositarios de los bienes para destinarlos con justicia y amor; «*dar de comer al hambriento, de beber al sediento, etc.*» (24). Según San Pablo en Ef. 4,28, incluso aquellos bienes que hemos conseguido por nuestro trabajo tienen un doble destino: ser fuente para obtener lo necesario para la vida, y para subvenir al necesitado (25).

Las desigualdades sociales se han incrementado en los últimos treinta años al punto de que, actualmente, las fortunas

(22) SAN GREGORIO NACIANCENO, Or. XIV. *De pauperum amore*, 19, 22 y 27: PG 35, 885 y 893.

(23) S. JERÓNIMO, Ep. 120, I: PL 54, 176.

de las 358 familias más ricas del planeta suman más que los 2.500 millones de personas más pobres del mundo. El 20% de los habitantes pobres de la Tierra sumaban apenas el 2,3% de los ingresos totales en 1963, pero, actualmente, sólo llegan a poseer el 1,4%. Entretanto, el 20% de los más ricos han pasado de retener del 70% al 85% de las rentas. El estancamiento o el crecimiento negativo de algunos países, como Mozambique o Níger, es tal que tardarían dos siglos en alcanzar el nivel medio de los países desarrollados si no hay cambios en la política económica internacional.

Con respeto a la convivencia civil y a los diversos núcleos humanos, habrá que determinar y delimitar el derecho a la propiedad privada. Este aspecto corresponde al sistema jurídico de cada pueblo. Sin embargo, esta estructura jurídica está subordinada a la justicia y al bien común, y no a colocarse sobre ellos: «*Natura igitur ius commune generavit, usurpatio ius fecit privatum*» (26).

6.2. Sentido de justicia en los Santos Padres

San Ambrosio señala las razones de una justicia de los bienes, cuando habla de que nadie tiene derecho a lujos y deleites extraordinarios mientras haya en el mundo seres humanos que viven en la miseria y privados de lo necesario (27).

Aquí estaría la cuestión de la propiedad privada considera-

(24) S. ASTERIO, Hom. II. *De oeconomio iniquitatis*. PG 40, 188.

(25) S. JERÓNIMO, Comm. In Eph. II, 4, 28: PL 26, 544 s.

(26) S. GREGORIO NISENO, In Eccl. Hom. IV: PG 44, 665; ed. W. Jaeger, vol. 5, 336 s.

da desde el derecho positivo y, jurídico y, a su vez, integrada en todo el bien común.

Los Padres consideran, pues, la misericordia y la libertad como deberes de justicia, siendo la misma justicia la virtud que mira universalmente por el bien común. Asimismo nos advierten que dejar que se pudran los bienes de la tierra que son para todos, por motivos egoístas, es una grave injusticia de la cual el culpable tiene que dar cuenta ante el Juez Supremo (28).

Fundamentan esta idea los Santos Padres en el Antiguo Testamento, relacionando la justicia directamente con la paz: «*la paz es obra de la justicia*» (Is. 32.17). Por tanto, la justicia no es un don que se recibe pasivamente, sino que es una virtud activa: hay que construirla (29). Igualmente, la igualdad entre los hombres es fruto de la justicia, pero no es reducible a los bienes materiales, ni puede ser lograda mediante un rasero impuesto por la fuerza, sino que ha de ser una tendencia constante fruto del espíritu (30).

7. EL TRABAJO, MODO COMÚN DE APROPIARSE DE LOS BIENES

Desde los primeros siglos del cristianismo, el trabajo es considerado como un medio no sólo para el sustento humano, sino para evitar la ociosidad. Al mismo tiempo aparece

(27) AMBROSIO, S., *De Nabuthe Jezraelita* 11: PL 14, 734: ed Ambrosiana, vol. 6, 138.

(28) S. BASILIO, Hom. *Tempore famis et siccitatis* 7: PG 31, 321; S. GREGORIO MAGNO, *Regulae pastoralis* III, 21: PL 77, 87.

una dimensión de solidaridad con aquellos que no tienen trabajo para el sustento. Es considerado, pues, el trabajo por los Santos Padres como un medio necesario para el desarrollo completo del hombre. También es valorado como un signo de la justicia de los bienes. Recordemos aquel pasaje de San Pablo cuando señala «*el que no trabaje que tampoco coma*». Y, al mismo tiempo, el trabajo es compartir los bienes y acceder a los bienes de una manera justa por parte del hombre.

7.1. El trabajo como acceso a los bienes de la tierra

Desde el tiempo apostólico la *Didaché* manda la caridad con el extranjero, al que se le ha de recibir generosamente por algunos días. Igualmente, será él mismo quien deba tener un oficio para sustentar su vida; y en caso de que carezca de oficio, se le ha de ayudar a buscar trabajo (31).

Teodoreto afirma que mediante el trabajo honrado ha de conseguirse en justicia los bienes necesarios para el sustento de la vida. Hay un claro mensaje contra los ociosos, pues no contribuyen al bien común. Además, tales individuos desprecian a los que trabajan, como a seres inferiores (32).

En esta misma línea, Crisóstomo señala que muchos ricos tienen el trabajo como cosa indigna de ellos, y consideran un timbre de dignidad no tener que trabajar. Crisóstomo recuer-

(29) LACTANTIO, *Divinarum Instit.* V. *De iustitia*, 15: PL 6, 598.

(30) *Ibid.*, 6. col. 599-601.

(31) *Didaché* XII, 2-6: Sch 248.188.

(32) TEODORETO DE CIRO, *De Providentia*, Or. VII: PG 83, 680.

da que el hombre ha sido creado para, mediante él mismo, llegar a ser señor de la tierra. De esta manera, los ociosos y holgazanes infringen la ley divina, y son con justa causa aborrecidos de todos (33).

7.2. La dignidad del trabajo

El libro del Génesis nos narra cómo Dios proveyó a las bestias de pasto y otros alimentos; al hombre le dio como destino buscarse el sustento mediante el trabajo (Gen. 3, 19), lo que supone el ejercicio de la inteligencia, que recibió como el don más precioso: sin la necesidad del trabajo, el hombre ni siquiera podría progresar como ser humano. Mediante el trabajo también se encamina el hombre hacia su destino eterno (34).

Se constata cómo es posible el progreso de las técnicas, y con él, el de la inteligencia humana en un contexto social. Crisóstomo enumera diversos tipos de ocupaciones justas, y ve en la mutua complementariedad de ellos, un elemento fundamental para el desarrollo humano; así, por ejemplo, el panadero necesita del agricultor, y éste del herrero para que le fabrique el arado, etc.

Varios padres de la Iglesia hablan de las artes y profesiones como de un don de Dios al hombre, con una doble finalidad: satisfacer necesidades vitales y desenvolver sus propias facultades. Tanto un fin como el otro suponen la interacción de los miembros de la comunidad y el bien común; de modo que el

(33) S. JUAN CRISÓSTOMO, In illud, *Salutate Priscillan et Aquilan*, I, 5: PG 51, 193 s.

trabajo es la manera humana justa de hacer participar a todos los seres humanos de los bienes de la tierra de una manera limitada y razonable.

7.3. La aportación del cristianismo al trabajo

El cristiano tiene la Revelación que ilumina el trabajo. Sabe que el trabajo mismo es un don de Dios y no sólo un medio para acumular riquezas. Sabe el hombre que tiene el deber de compartir el fruto de su obra; compartir el propio trabajo con los necesitados y con los que sufren; así, el trabajo se convierte en signo y fruto de la conversión del hombre nuevo. San Jerónimo señala lo siguiente: «*al cristiano se le manda compartir el fruto mismo de su trabajo justo*» (35), del que ha de dar también una parte al Señor en ofrenda.

Crisóstomo subraya que esta ofrenda ha de provenir del trabajo honrado; porque «*el que practica la justicia recibe de Dios el pan; mas el que cultiva como un campo la injusticia es alimentado por aquél que favorece la injusticia (...)*» (36).

7.4. La justicia en el trabajo

Se ha de pagar al trabajador un salario justo sin fraude alguno, señalan los Padres. Ambrosio expone algunos motivos y los relaciona directamente con Cristo, centro del trabajo humano. Se atisba una cristología de la cual salen unas consecuencias sociales y económicas. Cristo es nuestro Señor y no-

(34) S. AMBROSIO, Exp. Ev. Sec. Lc. I, Prol., 6: PL 15,1531; ed. Ambrosiana, vol. II, pág. 86.

sotros somos asalariados de Cristo; trabajamos en lo que es propiedad suya, y Él te pagará el jornal justo, tras la muerte. El salario es además el sustento de la vida del pobre: «Es, pues, homicidio negar a un hombre la justa paga necesaria para su vida».

También Cristo ha revelado estar presente en los pequeños y humildes: «*defraudándolos en el salario se hace injusticia a Cristo mismo*» (37).

Se denuncia no sólo la injusticia de los propietarios, sino también que los artesanos y obreros han de estar atentos a no ser injustos ellos mismos. Así, la injusticia es posible tanto en propietarios y ricos como entre los trabajadores (38).

Lo que está ocurriendo con los bienes a escala planetaria se reproduce también dentro de cada sociedad «avanzada». Incluso en naciones como Estados Unidos, una de las tres con el grado de desarrollo mayor del mundo, las diferencias entre los ricos y pobres han creado un abismo cada vez más dramático. La concentración de riqueza dentro del país permaneció más o menos estable desde 1963 a 1983, pero en la última década se ha producido un trasvase de recursos desde los miserables a los acaudalados, favorecidos por las concentraciones de empresas y los despidos masivos, por las políticas fiscales y por el recorte de prestaciones sociales.

8. UNIDOS AL RESTO DE LAS CRIATURAS

(35) S. JERÓNIMO, Comm. In Ep. Ad Eph. II, 4,28: PL 26, pág. 544.

(36) S. CRISÓSTOMO, In Ep. II ad Cor. Hom. XIII, 4: PG 61, págs. 495 s.

(37) S. AMBROSIO, De Tobia I, 91-92: PL 14, 793s.; ed. Ambrosiana vol. 6, pág. 284.

(38) S. JUAN CRISÓSTOMO, In Mt. Hom. LXI, 2: PG 58, pág. 591.

El hombre de nuestro tiempo siente la necesidad de re-descubrir la capacidad de contemplar. Hoy más que nunca existen ininidad de asociaciones ecologistas (39) que defienden las innumerables especies de animales de nuestro planeta. Existe una gran sensibilidad ecológica en el momento actual. No faltan quienes entregan incluso todo su tiempo para proteger los bienes de la madre naturaleza y denunciar los posibles abusos que se comenten contra ella. La sociedad, en general, ha llegado a la convicción de que el planeta tierra es la casa de todos, por lo cual, todos la debemos cuidar y proteger con esmero.

8.1. Buscando la fuente de los bienes

Como agentes de pastoral, la dimensión ecológica de nuestra vida cristiana se ha de fundamentar en una experiencia de Dios. La referencia de la creación a Dios y la contemplación del creador en todas las criaturas nos ha de hacer sentir perplejos y fascinados. Esta nueva manera de situarnos ante la naturaleza nos llena de una admiración sin límites, al intuir en ella la «causa última de todas cosas». Toda criatura, por pequeña que fuere, es un signo sacramental del amor, bondad, belleza y sabiduría de Dios. Cada criatura nos recuerda al Creador del universo.

El ser humano está unido a la madre tierra en íntima simpatía con todas las cosas. Los bienes de la tierra nos lanzan un mensaje trascendente y sacramental, proclaman su vínculo

(39) Juan Pablo II nombró patrón del movimiento ecológico a San Francisco de Asís en el año 1979.

fundamental con Dios y el hombre. Irremediablemente convivimos con todas las cosas y bienes, lo que nos hace hermanos y hermanas, de este modo, la naturaleza y todas sus posibilidades se sitúan en un mismo espacio para todos, lo cual condiciona nuestro comportamiento moral (40).

8.2. Usar sin poseer los bienes

Volvamos a la raíz de las cosas para reconocer la paternidad universal de Dios. Dicha paternidad constituye el eje del mensaje de Jesús de Nazaret. La tradición cristiana siempre ha transmitido esta verdad. Pero vivir esta relación vertical con los bienes que nos rodean nos puede llevar a creernos poseedores del mundo, señores de todo y consumidores absolutos donde no existan límites (41). Se está produciendo una gran paradoja en la relación del hombre con los bienes materiales: por un lado, los bienes han de ayudar al hombre a ser más persona y a crecer como ser humano y, por otro lado, los bienes materiales pueden despersonalizar al ser humano cuando el individuo pone el sentido de su vida exclusivamente en dichos bienes. Entonces, se produce una inversión cualitativa: lo que da sentido a los bienes ya no es el hombre, sino que ahora son los bienes los que personalizan a las personas.

Este trueque sustancial que afecta a los valores sociales, económicos y culturales de nuestro siglo XXI, va más allá de un mero consumismo; ahora el lugar protagonista lo ocupan las

(40) El movimiento ecológico nació con un lema que se hizo muy famoso: «piensa global y actúa local». De alguna manera, este lema ecológico, está expresando el sentido de fraternidad y comunión que emana de la misma naturaleza y del propio ser humano.

(41) Un conocido anuncio de televisión refleja, a mi modo de entender, los extremos a los que puede llegar el hombre cuando consume bie-

cosas. El hombre sigue dominando, se sabe poseedor de todo pero, al mismo tiempo, cree que ya no es nadie sin las cosas. Esta interdependencia relega definitivamente al ser en beneficio del tener y olvida a los seres humanos que no pueden acceder con tanta facilidad a los bienes materiales.

8.3. Hermanos de todos y de todo

El poder que tenemos de beneficiarnos de los bienes nos ha de abrir las puertas a la horizontalidad. La dimensión horizontal de nuestro ser nos permite no sólo ser receptores de los bienes, sino también sentirnos hermanos, habitantes de la misma casa cuyo dueño nos ha creado para la sociabilidad y el encuentro con los otros y con lo otro. Si todos somos criaturas de Dios, entonces todos somos hermanos. Todos vivimos en la misma casa; el mundo es nuestra aldea global, en la cual existe una intimidad con todas las cosas. De esta hermandad sustancial brota la solidaridad para que todos los seres humanos tengan acceso a los bienes de la tierra. Lo que importa son las personas, y porque son importantes las personas también lo son las cosas.

9. LA NUEVA CREACIÓN: EL HOMBRE NUEVO

El pensamiento cristiano y la Doctrina Social de la Iglesia apuntan un modo nuevo y distinto de estar en el mundo, ya no sobre las cosas, sino junto a ellas, como hermanos y hermanas en una misma casa. La nueva creación pasa por una confraternización con la naturaleza. El hombre ya no es el dueño, sino que comparte con todas las criaturas la dimensión cósmica y su finalidad. Se produce una democracia cósmica en la cual se pasa del dominio al servicio y a la comunión.

De esta manera, el universo no es un espacio muerto e inanimado; las cosas no están ahí simplemente al alcance de la posesiva mano del hombre, sino que son algo animado y personalizado, tienen vínculos con el hombre, con-viven en una misma casa paterna.

9.1. Cristo, el hombre nuevo

La sacralización de todo el universo, llevada a cabo por la Encarnación del Verbo de Dios, fundamenta y da sentido a la hermandad universal. De este modo, Cristo se convierte en el modelo de hombre creado. Cristo se anunció no sólo al hombre, sino también a la tierra, al mar, a los campos y todo lo que hay en ellos, para que todos ellos participen del amor y de la paz. No se trata de un mero sentimentalismo naturalista, sino de la entrega que Jesucristo hizo a toda la humanidad al mostrarse al mundo. Desde aquel mismo momento sonó la hora de nuestra salvación en la persona del Salvador. Pero los hombres, deberán hacer extensible a toda la creación el amor al prójimo que se les ofreció en la Encarnación, pues con su venida ofreció el «Señor Jesús», no sólo se hizo hermano de todos los hombres, sino que también se hermanó con el resto de la creación. La hermandad de los hombres en Cristo debe continuarse y ampliarse en la relación fraternal con todas las criaturas.

Las imágenes de la Sagrada Escritura para hablar de Dios, de su acción en el mundo y en el hombre, evidencian la obstinación de un amor que, siempre fiel a sí mismo y siempre libre, pone vida allí donde la humanidad hace la experiencia posesiva que lleva a la muerte. Sin embargo, sobre la humanidad y su historia sopla siempre el Viento del Amor obstinado de Dios. El

nes de manera absoluta, hasta tal punto de despersonalizar al propio ser humano como tal. El lema del anuncio reza así: «*Viceroy, sin él no eres tú*».

relato de la anunciación según el evangelista Lucas subraya que en la concepción de Jesús todo venía de Dios y de su Espíritu:

«El Espíritu Santo bajará sobre ti y la fuerza del Altísimo te cubrirá con su sombra; por eso el que va a nacer lo llamarán “Consagrado”, Hijo de Dios» (Lc 1, 35) (42).

Nos viene de nuevo al pensamiento el relato de la creación: el hombre entrando en la vida por obra de Dios, de sus manos y de su aliento. Jesús es el hombre nuevo, el hombre desposeído, que transforma el desierto en paraíso, la muerte en vida. El hombre del no poder: tentaciones del desierto y tentaciones de la cruz. El hombre que vive de la palabra que sale de la boca de Dios. El hombre del no tener. El hombre de la confianza hecha abandono. El hombre desposeído: El hombre inquebrantablemente fiel en su opción por Dios desde la fragilidad humana, sin concesiones al viejo deseo de poder, implícito en el *ser como Dios*. Jesús se mantendrá inquebrantablemente fiel a su rechazo del mesianismo de poder: «*Si eres Hijo de Dios, baja de la cruz*». ¡No bajó! Por haber rechazado hasta el final el poderío y la riqueza de los reinos de este mundo, con sus falsas seguridades, Jesús se verá abandonado y ajusticiado, reducido a la fragilidad que él nunca quiso ocultar con la mentira. Jesús pasará por la experiencia de no sobrevivir. Jesús será reducido a nada, a cero. Y, sin embargo, porque tiene el conocimiento del Dios que le hace vivir, el *Jesús-cero* habla con palabras que sólo tienen sentido dichas por el *Jesús-pleni-*

(42) «La acción de Dios creadora y libre, que desde siempre se había manifestado en la historia de Israel y del mundo, llegó a una plenitud definitiva en el nacimiento de Jesús» (EDUARD SWEIZER, *El Espíritu Santo*, 75).

tud-de-vida: Hoy estarás conmigo en el paraíso. Hombre desposeído que tiene el Espíritu y da el Espíritu: Jesús es el hombre primero de la humanidad nueva que nace al soplo del Espíritu Santo (43).

10. EL HOMBRE ES UN BIEN MUY ESPECIAL

El siglo xx ha sido, sin duda, uno de los siglos más violentos de la historia de la humanidad. Los signos son evidentes y continúan con inusitada fuerza: destrucción despiadada de la naturaleza, formas solapadas de rechazo, tribalismos, guerras étnicas, enfrentamiento entre grupos religiosos, genocidios, opresión de las mujeres, abuso sexual de menores, tramas de sangre solapadas tras la carrera, armamentos y tantas otras formas de violencia que han herido para siempre la paz.

Sin embargo, no es menos cierto que el hombre contemporáneo toma cada vez más conciencia de la dinámica de la violencia y de los mecanismos con los que afrontarla personal e institucionalmente. Las protestas masivas contra injusticias que impiden la comunión; las múltiples redes que trabajan creativamente para formar una cultura de la no-violencia y del respeto a la creación; las pequeñas acciones cotidianas en favor del entendimiento mutuo y de la solución de los conflictos; los hombres y mujeres que siembran la semilla de la verdad en el tejido social de la mentira... son sólo algunos de los signos significativos de un tiempo nuevo que quiere amanecer entre nosotros.

10.1. Del fundamentalismo al diálogo

El auge del fundamentalismo es otro de los rasgos de nuestro tiempo. Los defensores de esta ideología se basan en la convicción de ser superiores: poseen la verdad y consideran de antemano que los otros están equivocados; por tanto, no hace falta diálogo. El fundamentalismo es una amenaza para todos los grupos y en todos los sectores: científico, religioso, político, económico, artístico... De la mano del fundamentalismo van la intolerancia, el autoritarismo, la coacción, el dogmatismo, el fanatismo, el sectarismo, el sexismo, el racismo, la xenofobia y todas las formas de negación o de dominación del otro. Es la antítesis de la hermandad universal.

10.2. De la imagen al símbolo

Sin duda, nuestra generación está más ligada a la imagen que a la palabra. La cultura de la imagen refuerza el fenómeno de la inmediatez. Desconectados del pasado, vivimos sometidos a las demandas del presente en una relativización subjetiva de los valores. Nuestras vidas están permanentemente afectadas por lo que dictan y promueven los medios de comunicación social; más aún, hasta las dimensiones más íntimas de nuestra vida son material para la escenografía y el consumo públicos. Los medios están íntimamente conectados con las fuerzas del mercado.

Por otro lado, crece la conciencia de que la cultura de la imagen conduce a la esterilización de la imaginación, a la reducción del individuo a un consumidor de imágenes. Por tanto, los creyentes hemos de multiplicar las propuestas alternativas de espacios educativos que incentiven la capacidad imaginativa y creativa del ser humano, salvaguardando nuestra

condición de creadores de símbolos. Late en nuestra sociedad la alternativa de un giro simbólico (poesía, rito, icono, danza, música, gestos) que ayude a conectar profundamente con la verdad personal y con la transcendencia.

Aumenta en la sociedad la exigencia de una ética de los medios, a fin de que éstos no sean sólo rastreadores de las miserias humanas, sino que ofrezcan imágenes reales de justicia, de paz y salvaguarda de la creación y contribuyan a crear un esperanza de alcance y significatividad globales.

10.3. La propuesta creyente

Los agentes de pastoral estamos llamados a discernir en el momento actual la dirección que debe seguir nuestro camino de transformación personal e institucional. La crisis de fe la comprendemos como un momento de gracia —de *kairós*— que nos desafía a re-crear nuestra experiencia creyente a tono con los retos de una época en crisis. Es una oportunidad para ensayar un credo que haga emerger la totalidad de la persona y la comprometa a la paz y al bien. Recuperar el verbo ser como referente esencial en las relaciones con los bienes y conjugar dignamente todos los hombres de este planeta llamado tierra, el verbo tener.

Esta crisis ética que se está produciendo la consideramos como un instante de gracia para desarrollar una nueva ética de la vida, una ética del ser, como imagen del Creador, que supere la fragmentación mediante la creación y la integración de todos los bienes recibidos para el bien del hombre.

II. ALGUNAS CONCLUSIONES

- Un principio constante en la tradición cristiana es que, no sólo la ciencia y la técnica, sino también los restantes bienes creados, incluida la propiedad, deberán subordinarse al hombre.
- *Gaudium et spes* denuncia, en continuidad con los Santos Padres, que las enormes desigualdades económico-sociales han de eliminarse. Desigualdad enorme que hay entre muchedumbres inmensas que carecen de lo necesario y la minoría opulenta.
- *Gaudium et spes* enuncia y explica el gran principio sobre la propiedad y los bienes, que ya adelantaron de manera implícita los Padres y que va a ser el eje de la Doctrina Social de la Iglesia: los bienes de la Tierra están destinados a todos los hombres.
- Otra idea eje es la primacía del trabajo, sobre la posesión de los bienes exteriores, que son de carácter instrumental.
- Existe una relación directa entre la tierra y el trabajo. Si la tierra es el primer don de Dios para el sustento de la vida humana, el trabajo es tanto más fecundo cuanto mayor es su capacidad para conocer las necesidades de las otras personas para quienes se trabaja.
- El hombre domina la tierra mediante el trabajo. Los bienes se reciben mediante el trabajo de manera justa.
- El principio del destino universal de los bienes se inserta en la más antigua tradición de la Iglesia. Se pierde el horizonte en el transcurso del tiempo y se retoma en su totalidad en el Concilio Vaticano II. Es una de las claves

ecológicas de la tradición cristiana.

- Las encíclicas sociales confirman esta idea presente de una manera implícita en los Santos Padres; a saber: *que todos los hombres tienen el derecho primario a usar de todos los medios disponibles para vida (SRS 39)/ (MM 111)*. Como consecuencia de este principio, el derecho de propiedad, aunque sea legítimamente ejercido, jamás debe perder de vista este principio.
- El Concilio Vaticano II concede al destino universal de los bienes un derecho natural y fundamental; así, el propietario *«no debe tener las cosas exteriores que legítimamente posee como exclusivamente suyas, sino también como comunes, en el sentido de que no le aprovechen a él solamente, sino también a los demás» (GS 69)*.

El pensamiento cristiano ilumina nuestra acción pastoral sobre el uso de los bienes y su destino en el nuevo siglo XXI. La cuestión que hoy se nos plantea no es nueva, pero ha de actualizarse para seguir reflexionando sobre cómo conseguimos de los bienes, que tenemos, para qué los queremos y por qué los tenemos que compartir. Un mundo que no sabe cuál es la finalidad de los bienes, o no tiene claro su destino ni su uso, es un mundo que no cuenta con la persona como único destinatario importante. Todos los seres humanos han de participar de los bienes. Cuando nos apropiamos de los bienes de manera ilimitada, es cuando perdemos la brújula que nos lleva a caer en la cuenta de que los bienes no son nuestros, sino que son para todos y de todos, y de ninguno en particular. Además, los bienes son para que el hombre sea más persona, crezca y desarrolle todas sus posibilidades y pueda también descubrir al Creador y Señor de todos los bienes.

BIBLIOGRAFÍA

- GREGORIO DEL OLMO LETE, *Mitos y leyendas de Canaán según la tradición de Ugarit*, Madrid, Ed. Cristiandad, 1981.
- MARIE-JOSEPH SEUX, JACQUES BRIEND, MICHEL GITTON, JESUS LUIS CUNCHILLOS, *La creación del mundo y del hombre en los textos del Próximo Oriente Antiguo*, Estella (Navarra), Ed. Verbo Divino, 1997.
- GERHARD VON RAD, *El libro del Génesis*, Salamanca, Ed. Sígueme.
- *Teología del Antiguo Testamento*, Salamanca, I, Ed. Sígueme, 1970.
- SIERRA BRAVO, Restituto, *El Mensaje Social de los Padres de la Iglesia*. Madrid, Ed. Ciudad Nueva, 1989.
- ORIO, M. Antonio, *Doctrina Social de la Iglesia: De la Rerum Novarum a la Centesimus Annus*. Barcelona, Edic. Noticias Cristianas, 1999.
- IRIBARREN, J. y GUTIÉRREZ GARCÍA, J. L., *Once Grandes Mensajes*, Madrid, BAC minor, 1992.
- ANTONCICH, Ricardo; MUNÁRRIZ, José M.: *La Doctrina Social de la Iglesia*, Col. Cristianismo y Sociedad, Madrid, Ed. Paulinas, 1987 (2.^a ed.).
- CAMACHO, Ildefonso, *Doctrina Social de la Iglesia. Una aproximación histórica*, Madrid, Ediciones Paulinas, 1999. Biblioteca de Teología.
- FOMENTO SOCIAL, *La Encíclica «Laborem Exercens» y el Desempleo*, n.º 146, vol. 36, abril-junio, 1982.
- LECLERC, Eloi, *Sabiduría de un Pobre*, Madrid, Ediciones Marova, S. L. 1992 (12.^a ed.).

(43) *El Espíritu vino sobre él y permaneció en él... Exhaló el Espíritu... Recibid Espíritu Santo... Pentecostés..*

COMERCIO JUSTO

Y CONSUMO RESPONSABLE

ANDRÉS AGANZO

Cáritas Española

I. UN FENÓMENO LLAMADO GLOBALIZACIÓN

«Buscar la abundancia material ha creado escasez material; buscar la vida puede llevarnos a un nuevo sentido de la abundancia espiritual, social y aun material.»

David KORTEN, 1995

Nos hallamos ante un fenómeno genérico llamado globalización que es, ante todo, la integración de todo el planeta en un mercado único y un ámbito universal de comunicaciones instantáneas. La medida del tiempo hasta hace poco era regida por los ciclos de la naturaleza o las fases de los astros; ahora es servida por satélite en el momento preciso. En esta realidad influye, por una parte, la actual revolución tecnológica que afecta especialmente al transporte (más conexiones entre más puntos del planeta, más frecuentes y más baratas) y a las comunicaciones (con una infinita capacidad de comunicación instantánea y a distancia, vía satélite, Internet, teléfono...). Y, por otra, las decisiones humanas: las posibilidades de movili-

dad y conexión de imágenes, capitales y productos se han multiplicado, pero las reglas que permiten que esos movimientos se produzcan efectivamente son decisiones humanas, tomadas desde los órganos de poder global que son las instituciones financieras internacionales. Es lo que se han llamado las reglas del neoliberalismo: liberalización y apertura externa a ultranza, que se ha impuesto en los países en desarrollo con más fuerza que en el Norte rico.

En ningún momento histórico ha habido tanta riqueza, tantos bienes y servicios, tanta información disponible, tantas posibilidades, en suma, para vivir en plenitud... un mundo inmenso que se abre ante nuestros ojos, pero al mismo tiempo se diluye la identidad humana por la persistente pobreza y la aberrante desigualdad. La lógica económica de la globalización tiene tres características básicas:

- a) Un sistema que decreta el libre mercado como valor supremo;
- b) La competencia debe ser de todos contra todos en el mercado mundializado para una mayor eficiencia;
- c) Un sistema productor y reproductor de una forma de vivir; pensar y relacionarse, que propugna como fin principal el beneficio rápido y el consumo masivo de productos superfluos. Ello potencia el individualismo a ultranza, relegando a segundo término el bienestar de la inmensa mayoría de la humanidad.

La economía se define generalmente como la ciencia que se ocupa de la producción, del consumo y de la distribución de la riqueza y el bienestar. Pero en los años recientes, la economía se ha entendido como una disciplina autónoma, exenta de valores y consideraciones éticas, o sociales, poniendo a los

hombres y mujeres al servicio del beneficio, y no a la economía al servicio de la humanidad. Es urgente que la economía se recupere como disciplina vinculada a la filosofía, la ética y la política, para tener presente que su contenido no es más que un aspecto de toda una estructura ecológica y social. El crecimiento ilimitado no es una opción sostenible: nos trae la continua degradación de la verdadera calidad de vida y nos acerca al agotamiento de los recursos naturales del planeta.

1.1. Las otras caras de la globalización

Al finalizar el milenio, los Países Menos Adelantados (PMA) realizaban una evaluación de las dos últimas décadas. El decenio de 1980 fue llamado «la década perdida» para los países en desarrollo en general y los PMA en particular; mientras que el de 1990 se ha convertido en el decenio del aumento de la marginación, la desigualdad, la pobreza y la exclusión social (1). La violencia y las tensiones sociales que afligen a varios países se deben, al menos en parte, al aumento de la indigencia y de la desigualdad. Y, sin embargo, el comercio mundial entre 1990 y 1998 creció en torno al 55%.

El informe de desarrollo humano del PNUD (2) concluye que en «21 países se ha producido un descenso del índice de Desarrollo Humano» (IDH), una medida que resume tres dimensiones: disfrutar de una vida larga y saludable, recibir edu-

(1) Los Países Menos Adelantados. Informe 1999. Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. Nueva York y Ginebra, 1999.

(2) Informe del PNUD 2003. Resumen sobre Desarrollo Humano 2003.

cación y tener un nivel de vida digno. Además, «54 países han registrado disminución en sus ingresos». De ellos, 20 son países subsaharianos; 17 pertenecen a la Europa Oriental y la Comunidad de Estados Independientes (CEI); 6 son de América Latina y el Caribe; otros 6 pertenecen a Asia Oriental y el Pacífico, y 5 a los países árabes.

La FAO, organismo de las Naciones Unidas especializado en la alimentación, estima que en 1999-2001 había en todo el mundo 842 millones de personas subnutridas (hambrientas). La evidencia más visible de la disfuncionalidad del sistema de producción de alimentos es el hecho de que los agricultores, como grupo, son los más pobres del mundo (3). De los 1.300 millones de personas que intentan sobrevivir con menos de un euro al día, el 75% vive y trabaja en zonas rurales, donde también se concentran el hambre, la falta de agua potable y la carencia de electricidad y de servicios básicos de saneamiento se concentran.

En palabras de Manuel Castells: las zonas sin valor, desde el punto de vista del mercado, o sin interés político significativo para los poderes fácticos, son obviadas por los flujos de riqueza e información y, en última instancia, privadas de la infraestructura tecnológica básica indispensable para comunicarnos, innovar, producir, consumir, e incluso vivir; en el mundo de hoy.

El desorden climático provocado por un crecimiento económico desbocado trae de la mano también las guerras del petróleo, a las que seguirán las guerras por el agua, pero también posibles pandemias, desaparición de especies vege-

(3) BRIAN HALWEIL: «Una agricultura en interés de todos», en *La situación del mundo, 2002*, Barcelona, Icaria, 2002.

tales. La sociedad del crecimiento, tal y como viene estructurándose en las últimas décadas, no es deseable, al menos por tres razones: a) genera aumento de las desigualdades y las injusticias; b) crea un bienestar ampliamente ilusorio, y c) a los mismos «ricos» no les asegura una sociedad amigable, sino una anti-sociedad enferma en su riqueza y en su desigualdad.

1.2. El consumo como religión y modo de vida

«Consumo luego existo» parece ser el referente de existencia e identidad social. Confunde necesidad con deseo, y éste con la posesión que ahoga todo proyecto de satisfacción que no se resuelva en lo inmediato. El consumo como «celebración» (goce-disfrute) de lo inmediato, plantea que el perdedor es el pobre, «el que no tiene». El capitalismo ha creado un imaginario anclado en la creencia donde los seres humanos nos vemos obligados, casi convulsivamente, a acumular productos y defenderlos. Consumo de productos que aparecen asociados a situaciones vivenciales que las personas deseamos: paisajes exóticos, identidad personal, afecto... la publicidad ha ido modificando las necesidades profundas y verdaderas por seudosatisfactores.

Una promesa de felicidad recorre la cultura de masas. La felicidad se traslada a través del consumo y la publicidad a la sociedad como una obligación... que se alcanzará a través del consumo. Como apunta Franco Berardi (4), la soledad y el ci-

(4) FRANCO BERARDI, *La fábrica de la infelicidad*, Madrid, Traficantes de sueños, septiembre, 2003.

nismo han hecho nacer el desierto del alma. Ante este vacío, el hedonismo, la idea de placer como modo de vida, se ha convertido en la justificación cultural y moral.

2. EL COMERCIO INTERNACIONAL

El comercio no es más que el intercambio de bienes y servicios; algo inherente a la historia humana y que siempre se ha dado en la historia humana, incluso antes de la existencia de las monedas. Históricamente ha evolucionado desde lo local hasta mercados más amplios, a medida que han crecido las comunicaciones, ha aumentado la capacidad del transporte... Desde el siglo XIX, el comercio ha pasado a tener una dimensión internacional. Y hoy, esa dimensión es mucho más importante, hasta llegar a ser dominante: los mercados internacionales mueven más productos que los mercados locales. La participación en el comercio mundial permite el acceso a mercados mayores y brinda oportunidades de especialización para la producción y las economías de escala, pero tiene reglas asimétricas y une en mercados a actores muy desiguales, acentuando las diferencias.

2.1. La Organización Mundial del Comercio (OMC)

La Organización Mundial del Comercio (OMC), que fue creada en enero de 1995, uniéndose al Fondo Monetario Internacional (FMI) y al Banco Mundial (BM) como pilares del sistema económico global, se plantea como objetivo fundacional poner el comercio internacional al servicio del desarrollo de los pueblos y, en especial, de los países más pobres. Este objetivo oficial ha sido

mantenido durante toda esta década y se resume en las orientaciones expresadas por el Director General de la OMC (5): «...un único mercado global, sin trabas ni cortapisas de ningún tipo, supone la apertura de numerosos retos y oportunidades de que todos los países, incluso los más pobres, pueden aprovecharse si saben adaptarse a las nuevas circunstancias».

Pero la OMC no está cumpliendo esta función; más bien al contrario, se encarga de velar porque las reglas de libre comercio se establezcan con puño de hierro en el mundo pobre, y las negociaciones para abrir los mercados del mundo rico a la venta de productos del Sur se hacen interminables. Libre comercio como realidad en el Sur; pero como horizonte en el Norte, en definitiva. Y defensa a ultranza de los derechos privados frente a los bienes públicos, como prueban los acuerdos sobre patentes, que anteponen el beneficio, por ejemplo, de las corporaciones farmacéuticas, a la necesidad de curación y remedios médicos para millones de pobres en el mundo. Los datos de la realidad nos muestran la asimetría y los desequilibrios del comercio internacional:

- *El flujo creciente de intercambios a escala mundial se ha repartido de una manera muy desigual, de modo que se ha concentrado en unos pocos países, que son los de rentas más altas, precisamente los más ricos (Canadá, Estados Unidos, Japón y la Unión Europea), que representan el 13% de la población mundial y, sin embargo, intercambian entre sí casi las tres cuartas partes del total de las mercancías que se comercian.*
- *Las compraventas internacionales de mercancías se concentran en un número limitado de productos fabricados en*

(5) MICKE MOORE. Director General de la OMC, Doha, 1999.

las naciones más desarrolladas (automóviles, equipos de oficina, telecomunicaciones), son productos transformados y sus precios se mantienen en constante aumento. Mientras que los que provienen de las naciones más pobres (agricultura, minería, materias primas) pierden, paulatinamente, importancia relativa. Y sus precios tienden a descender. La consecuencia directa de este fenómeno es que los productores de bienes agrícolas y mineros necesitan vender una cantidad mayor de mercancías para poder lograr unos ingresos similares y para poder adquirir la misma cuantía de bienes industriales.

- *El comercio internacional se centra en un número limitado de grandes empresas «multinacionales».* Ellas son las que compran y venden en los mercados internacionales. Se trata de compañías que cuentan con unas ventas totales superiores al Producto Interior Bruto (PIB) de muchos países (General Motor, Ford, Mitsubishi, Coca Cola, IBM...). Controlan más del setenta por ciento del comercio, producción y venta de muchos de los productos que provienen de los países en vías de desarrollo.

2.2. El comercio real en el mundo pobre

- *El éxito de las exportaciones del mundo en desarrollo está altamente concentrado en el Este de Asia.* En cada área de la actividad exportadora de bienes industriales son cinco los países (China, Corea, Taiwán, México y Singapur) que representan casi dos terceras partes del valor de todas las exportaciones industriales del mundo en desarrollo;

- *Una dependencia permanente de las materias primas.* La dependencia de las materias primas es más fuerte en el África Subsahariana y entre los 44 Países Menos Adelantados (PMA). Muchos de ellos dependen únicamente de unas pocas materias primas agrarias (como el café, el cacao, el té y el aceite de palma) y los minerales. En los últimos 20 años los precios reales de estos productos básicos han sido volátiles y, en general, han caído de forma significativa. Los efectos de las reducciones y fluctuaciones de los ingresos de exportación se han dejado sentir en los ingresos, la inversión, el empleo y el crecimiento.
- *Exportaciones de baja calidad e intensivas en mano de obra.* Con tendencias bajistas en los precios. Las relaciones de intercambio (el precio de las exportaciones comparado con las importaciones) para la exportación de materias primas de África fueron una quinta parte más bajas a finales de los noventa que a principios de los setenta; ello unido al insuficiente desarrollo de los recursos humanos, que provoca escasez de aptitudes empresariales, técnicas y de gestión.
- *Los fuertes definen las reglas de juego y existe mucha presión sobre los países en desarrollo.* No existen condiciones básicas para una verdadera negociación. En definitiva, las cuotas del comercio mundial de los PMA se han reducido hasta quedarse en el 0,5 por ciento. Menos de una cuarta parte del nivel que tenía en la segunda mitad de los ochenta. Los mercados para productos como el azúcar, los cereales, la leche y algunos aceites comestibles están dominados por los países ricos que subsidian a sus propios agricultores con hasta mil millones de dólares diarios.

- *Es fácil concluir que las subvenciones a los agricultores de los países ricos conduce a una competencia desleal. A título de ejemplo, en 2002, la ayuda directa a los agricultores de los países desarrollados ascendió a 235.000 millones de dólares, lo que equivale casi a 30 veces el importe de la ayuda facilitada para el desarrollo agrícola en los países en desarrollo. Gran parte de esa suma se utilizó para subvencionar la producción de excedentes de productos básicos de los que dependen muchos países en desarrollo.*

3. IDENTIDAD DE CÁRITAS Y DOCTRINA SOCIAL DE LA IGLESIA

«La persona y la naturaleza como centro del desarrollo»

La riqueza no «enriquece» a la persona. Nunca hubo tanta capacidad de generar riqueza, asistimos, sin embargo, a la desaparición del sujeto que piensa y siente convirtiéndose en objeto de mercado. Hoy se nos pide a las personas que nos despojemos de todas las significaciones simbólicas que daban consistencia a los bienes relacionales. La persona se configura como un sujeto desprovisto de lo más genuino de la condición humana: el valor de su subjetividad, de su capacidad simbólica para pensar y sentir el mundo. Dufour (6) nos plantea cómo el neoliberalismo ha ido construyendo su «modelo de persona, eliminando su ser «sujeto» para convertirlo en mero

(6) DANY-ROBERT DOUFUR, «La nueva servidumbre del hombre liberado», *Le Monde Diplomatique*.

«objeto» de intercambio mercantil.

Si tenemos en cuenta la reflexión existente sobre «*La Identidad de Cáritas*» (7) nos encontramos que, en la perspectiva bíblica, la pobreza no acontece de modo causal; antes bien, es el resultado de una estructura social injusta que implica una ruptura de la solidaridad y de la comunión humana. Los pobres son aquellos que carecen de medios para subsistir; pero, sobre todo, son los que sufren la carga que supone mantener la riqueza y, en ocasiones, el lujo de otras personas y grupos humanos. Al denunciar a los ricos y defender a los pobres, los profetas —en nombre de Dios— toman partido por los pobres por el hecho de serlo.

El Comercio Mundial es un medio de desarrollo para toda la humanidad, y no un fin en sí mismo. El Papa Pablo VI aclaró este principio en 1967, cuando escribió: «*Dios ha destinado la Tierra y todo cuanto en ella contiene, para uso de todas las personas y de todos los pueblos, de modo que los bienes creados, en forma equitativa, deben alcanzar a todos bajo la dirección de la justicia acompañada por la caridad. Y todos los demás derechos, cualesquiera que sean, aun comprendidos en ellos los de propiedad y libre comercio, a ello están subordinados*».

De la lectura de la encíclica *Sollicitudo rei Socialis* (SRS 34) se puede con justicia deducir que la sociedad capitalista, marcada por el consumo y la competitividad más agresiva, no es compatible con una ecología de rostro humano. La economía de mercado destruye, a la larga, al «otro» y a lo otro, puesto que la ley del más fuerte, que en ella encuentra su máxima vigencia, termina por destruir la casa con sus habitantes.

(7) Reflexión sobre la identidad de Cáritas. 52 Asamblea de Cáritas Española, Valencia, 25 de octubre de 1997.

«Todos somos testigos de los tristes efectos de esta ciega su-
misión al mero consumo: en primer término, una forma de mate-
rialismo craso y, al mismo tiempo, una radical insatisfacción, por-
que se comprende rápidamente que —si no se está prevenido
contra la inundación de mensajes publicitarios y la oferta incesan-
te y tentadora de productos— cuanto más se posee, más se de-
sea, mientras las aspiraciones más profundas quedan sofocadas».

Pablo VI nos advierte en la *Populorum Progressio* del peligro de la codicia (deseo de tener cada vez más y acrecentar el propio poder), posible tanto en los más ricos como en los más pobres, y que puede conducirles a un materialismo sofocante [18], pues el tener más no es el fin último, la avaricia obstaculiza el crecimiento personal y es la forma más evidente de un subdesarrollo moral. Y para Juan Pablo II, en la *Laborem Exercens*, el error del economicismo consiste en establecer la primacía y la superioridad de lo que es material sobre lo que es espiritual y personal, afirmando que lo material es capaz de apagar las necesidades del hombre (materialismo práctico [13]). Todo ello cuestiona sobre el sentido de esta sociedad de la abundancia, que es, al mismo tiempo, la del despilfarro. Sociedad que acumula y se hipertrofia. Sociedad de la superproducción y de la carencia. Sociedad de usar y tirar que condena al hombre y a la mujer al consumismo y al mercantilismo de una irracionalidad sin sentido.

Son diversos y repetidos los mensajes que nos hablan de la necesidad de un cambio de paradigma: «La sociedad actual no hallará una solución al problema ecológico si no revisa seriamente su estilo de vida. En muchas partes del mundo esta misma sociedad se inclina al hedonismo y al consumismo, pero permanece indiferente a los daños que estos causan. La gravedad de la situación ecológica

(8) Juan Pablo II para la Jornada de la Paz de 1990.

demuestra cuán profunda es la crisis moral» (8). El respeto por la vida y por la dignidad humana incluye el respeto y el cuidado de la creación. El amor se traduce en búsqueda de la justicia y creación de solidaridad, pasa por un reparto equitativo de los bienes de la tierra, el uso respetuoso y justo de sus recursos.

La actividad económica es una actividad social en su origen, en su realización y en sus resultados (GS 35.^a; cf. LE 6,9) La donación de la naturaleza que Dios hace a cada uno y a todos nos llega mediante el legado de las generaciones pasadas, con el compromiso de pasarlo enriquecido a las generaciones futuras (cf. LE 12) en una cadena de solidaridad. La doctrina de la Iglesia es clara, que lo que nos sobra ya no es solamente nuestro, es también del que lo necesita para vivir. En consecuencia, lo que gastamos de más, el consumo exagerado, el derroche, es robar. Una cultura centrada en la dignidad de la persona se implica en la superación del reduccionismo económico y sitúa la cultura de la solidaridad como la clave del sistema alternativo de valores «empeñada en el bien común; es decir, en el bien de todos y de cada uno, y donde todos seamos verdaderamente responsables de todos» (SRS 38).

4. COMERCIO JUSTO Y CONSUMO RESPONSABLE

«Nunca pongas en duda que un pequeño grupo de ciudadanos preocupados y comprometidos pueda cambiar el mundo; de hecho, es lo único que lo ha cambiado.»

MARGARET MEAD

4.1. El Comercio Justo

El modelo descrito que guía las relaciones comerciales hoy en día se centra en la competitividad y en la eliminación de la intervención de los poderes públicos en el control del flujo de mercancías y servicios. El Movimiento del «Comercio Justo» cuestiona este modelo y se propone buscar alternativas para poner el comercio al servicio de la gente corriente y humilde que pretende vivir de su producción, ofreciendo canales para su comercialización internacional a través de una amplia red de entidades y tiendas en los países del Norte.

Recientemente, las principales organizaciones de Comercio Justo a escala Internacional han consensuado la siguiente definición: *«El Comercio Justo es una asociación de comercio, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye a un desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores y trabajadores marginados, especialmente en el Sur. Las organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por los consumidores, están implicadas activamente en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional».*

La mayoría de productos que se comercializan bajo la Red de Comercio Justo pertenecen a dos sectores básicos: *alimentación* (productos como té, café, chocolate, azúcar, mermeladas, frutos secos, especias, pasta...) y *artesanía*, (bisutería, marroquinería, artículos para el hogar, juguetes, objetos decorativos, material de papelería, belenes, adornos navideños...) entre otros.

El comercio justo tiene presentes cuatro dimensiones fundamentales:

- a) *Un componente ético.* El pago de un precio justo, que considere los costes de producción y garantice una retribución digna a los productores, generalmente agrupados en cooperativas y asociaciones, para perseguir un mayor desarrollo familiar y de la comunidad. Al mismo tiempo el comercio justo participa de la idea de cambiar las reglas actuales del comercio internacional hacia una mayor equidad.
- b) *Un componente social.* Promocionar y apoyar a productores desfavorecidos en la autoorganización, producción y comercialización; proteger a los niños y niñas de la explotación a la que se ven con frecuencia forzados dentro del proceso productivo. La mayor parte de los trabajos de transformación deben realizarse en el país de origen, y se eliminan intermediarios.
- c) *Un componente ecológico.* Que tenga en cuenta la biodiversidad y la protección de los suelos que estén directamente vinculados con la seguridad y continuidad de la producción agraria del futuro. Además, se asegura que durante todo el proceso de su producción esté libre de elementos tóxicos.
- d) *Un componente técnico.* Donde destacan los controles de los diferentes eslabones de la cadena alimentaria para garantizar que a los consumidores llegan alimentos de buena calidad. Fortalecimiento de las redes de distribución y compra, ligándolas a los movimientos sociales existentes, tanto en el Norte como en el Sur, implantando precios transparentes para el productor y el consumidor.

(9) *www. Información sobre comercio justo. Ideas. coop*

Las Organizaciones de Comercio Alternativo y Solidario (9) (OCAS) existentes en nuestro país se caracterizan por su diversidad. Hay dos grupos claramente diferenciados: por un lado, existen organizaciones importadoras que, posteriormente, distribuyen los productos a otras OCAS, tiendas solidarias e incluso tiendas de mercado tradicional. Y, por otro, encontramos también organizaciones que se dedican a la venta al detalle (bien comprando a los productores del Sur, bien a través de importadoras) en tiendas.

La mayoría acude con relativa frecuencia a ferias, jornadas o encuentros donde ofrece sus productos, siendo también habitual la participación de redes de voluntarios vendedores. Otras apuestan por sistemas alternativos de comercialización, tales como la venta por catálogo, la distribución a instituciones públicas o privadas, el sistema de franquicias o el autoconsumo.

En 1996, se creó la Coordinadora estatal de Comercio Justo (CECJ), cuya finalidad es potenciar el Comercio Justo en nuestro país, fomentar el debate, informar y sensibilizar, promover el Comercio Justo y velar por el cumplimiento de sus criterios, así como mantener la coordinación con otras redes internacionales.

4.2. El Consumo Responsable

Es esencial cambiar de estilo de vida. Hacia la simplicidad voluntaria, la sencillez en el vestir, la austeridad en el comer, un consumo responsable. Una actitud crítica ante el bombardeo de la publicidad y la implantación de modelos de consumo con vocación universal. Buscar la equidad, proteger los recursos naturales para garantizar las oportunidades de desa-

rollo de las generaciones futuras. Orientarnos bajo esa perspectiva de la sobriedad, eso que se viene denominando las tres «erres»: *reducir* (ocuparse de lo esencial, calidad por encima de cantidad), *recuperar* (reciclar todo lo que se pueda, no desechar los objetos mínimamente dañados), *respetar* (base de todas las medidas).

Caminar hacia pautas de consumo universalizables. Ningún hábito de consumo puede considerarse aceptable si es intrínsecamente imposible de universalizar. Por ejemplo, las dietas altamente cárnicas que prevalecen en los países del Norte no son moralmente aceptables, ni generalizables para el conjunto de la humanidad. Hoy más del 40% de los cereales del mundo y más de la tercera parte de las capturas pesqueras se emplean para alimentar la excesiva campaña ganadera de los países del Norte.

En definitiva, siguiendo algunas de las orientaciones de Daniel Miller, quien afirma que «estamos ante una nueva época (...) donde los consumidores somos aquellos que podemos transformar la sociedad a través de nuestros actos soberanos (...), siempre y cuando estas decisiones estén cargadas de información crítica, sentido ético, de justicia y de responsabilidad universal».

Y descendiendo a la cotidianidad del acto de la compra, las guías de «Comercio Justo» y «Consumo Crítico» nos ofrecen una información muy detallada y sugerente que recoge una diversidad de indicadores a la hora de elegir los productos que sean coherentes con el estilo de vida que venimos proponiendo:

- Apoyar los pequeños comercios de barrio. Apoyar las tiendas de «Comercio Justo». Compra de productos de agricultura biológica. Consumir productos provenientes

de comercio justo es un acto de solidaridad y de justicia hacia muchos productores de los países pobres.

- Primar algunas marcas y empresas frente a otras, en función del conocimiento disponible, en cuanto a su conducta de transparencia en la información de sus productos, y que son generadoras de empleo;
- Evitar las grandes cadenas de comida rápida por sus implicaciones en primar la ganadería intensiva en regiones de países pobres, en sustitución de cultivos tradicionales.
- Preferir un producto concentrado en un gran envase frente a envases pequeños, eligiendo, si es posible, vidrio (reutilizable), cartón frente a tetrabrik.
- Preferir frutas y verduras al peso frente a las ya envasadas. Preferir fruta de temporada frente a la de cámara.
- Llevar a la compra nuestra propia cesta, bolsas de tela, para evitar consumir las ingentes cantidades de bolsas de plástico de los supermercados.
- Cuidar el aislamiento de nuestras casas de puertas y ventanas. Elegir electrodomésticos respetuosos con el medio ambiente y de bajo consumo. Lo mismo para las bombillas.
- Elegir el transporte público frente al vehículo privado, siempre que sea posible. No utilizar el coche para pequeñas distancias.
- Invertir los ahorros en bancos y empresas con trayectoria ambiental y el respeto a los derechos laborales. «El dinero no es neutro, está cargado de ideología».

- Y lo mismo cabría decir de los Fondos de Inversión. Disponer de información de si esas empresas o bancos están implicados o financiando la economía de la guerra, o contribuyen a la invasión de impuestos hacia los llamados paraísos fiscales.

5. EL COMPROMISO DE LA CONFEDERACIÓN CÁRITAS

5.1. El compromiso de Cáritas Diocesana

Las Cáritas Diocesanas han de ser cauce de comunión de bienes de toda índole entre las comunidades parroquiales y han de apoyar, con los recursos que lleguen a tener a su disposición, las obras y los servicios impulsados por ellas mismas o que otras instituciones eclesiales que fomenten de acción socio-caritativa. Las acciones de Cáritas deben ser, en la medida de lo posible, experiencias y estímulos para un nuevo modelo de convivencia social.

La Identidad de Cáritas promueve, en la comunidad cristiana y en la sociedad, el compromiso de solidaridad con todos los pueblos. Por eso debe sentirse llamada a estar junto al mundo de los empobrecidos, sin distinción de lengua, color o procedencia; a discernir lo justo de sus reclamaciones y a ayudar a hacerlas realidad; a dar a conocer la situación de pobreza, difundiendo informes y reclamando toda clase de ayuda para sus iniciativas.

Se trata de abrir espacios concretos de solidaridad y compromiso, realizar una tarea de difusión, información y acercamiento del «Comercio Justo», sensibilizar a las comunidades (cristiana y civil en general) fomentando actitudes solidarias,

haciendo tejido social poroso y flexible, capaz de dar cabida a las diferentes culturas y países. Además, se deben suscitar espacios de encuentro y debate y fomentar las tiendas de comercio justo, tanto de bienes locales (Empresas de Inserción, Talleres Ocupacionales...) como los productos del Sur.

Entre las actividades que, con carácter genérico, Cáritas puede promover o realizar en sus diferentes niveles y ámbitos de actuación, destacamos cuatro:

- a) *Las Campañas de sensibilización y denuncia.* Las campañas juegan un papel básico en la sensibilización social y en la presión a los poderes públicos. Han sido significativas, entre otras y a título de ejemplo, las campañas «Ropa Limpia», «Cambiamos las PAC», «Deuda Externa ¿deuda eterna?». «La marcha global contra la explotación del trabajo infantil», «por la fabricación de medicamentos genéricos contra el SIDA por parte de los países pobres y sin pago de patentes a las grandes compañías farmacéuticas»... Las líneas generales que se siguen se caracterizan por:
- La fijación de unos objetivos claros y sencillos con un plazo preciso.
 - El llamamiento hecho a un sentido de justicia.
 - El establecimiento de una amplia coalición de las organizaciones de la sociedad civil.
 - Una labor de estudio y seguimiento de gran calidad que permite elaborar mensajes.
 - La intensa utilización de los medios de comunicación acompañados de manifestaciones y acciones simbólicas dirigidas a la ciudadanía.

- b) *El poder de la denuncia pacífica cargada de verdad.* Se trata de una alternativa que entronca con la luminosa tradición de los movimientos de protesta no violenta, como Gandhi, que dio un tinte fundamentalmente filosófico a la «fuerza de la verdad», como el espíritu de la «América Negra» de reivindicación de los derechos civiles, que surge del testimonio de la señora Parks, que se negó a ceder el asiento a los blancos por el mero hecho de serlo, reivindicando con ello el derecho a la igualdad y el respeto a la dignidad irrenunciable de cada persona.

Es necesario asegurar el derecho a la información y a la elección de los consumidores y usuarios sobre lo que adquieren o toman. Un camino de reclamación y denuncia que ofrece óptimas posibilidades de influir sobre los departamentos comerciales de las grandes corporaciones industriales para que adapten sus métodos de producción a las exigencias de los consumidores son los *Servicios de Atención al Cliente*, los *teléfonos permanentes de información* y las páginas web que un número cada vez mayor de fabricantes incluyen como información de referencia en sus productos. Urge sacar la máxima rentabilidad a esos mecanismos que los propios fabricantes han ido articulando para «fidelizar» a sus consumidores y ofrecerles nuevas garantías de calidad, de forma que podamos ser los propios consumidores los que, desde la óptica del consumo responsable, reconvirtamos el objetivo inicial de esos instrumentos para transformarlos en *canales de reclamación, interpelación y denuncia directa a los propios fabricantes* de los aspectos éticamente más rechazables de sus prácticas comerciales.

- c) *Involucrar a las estructuras y organizaciones de la sociedad*

civil. Deben utilizarse los foros universitarios, políticos o religiosos para hablar de la crisis global de la sostenibilidad, y aprovechar los boletines, circulares o publicaciones para divulgar estos temas. Las estructuras de la Iglesia, de los movimientos sindicales o de las asociaciones ciudadanas ofrecen grandes posibilidades de contribuir a extender otra ética del consumo y la sencillez. Asimismo, pueden aprovecharse el acceso a los medios de comunicación a través de editoriales, cartas al director, teléfonos del oyente, etc., y de reportajes sobre las actividades ambientales de la comunidad.

- d) *Dar a conocer las tiendas y opciones del comercio justo* dentro y fuera de la Confederación. Según la encuesta del CIS (10), el 36% de la población española conoce o ha oído hablar del Comercio Justo, y eso es gracias a la sensibilización llevada a cabo por las organizaciones, pero, como se puede apreciar, la inmensa mayoría (63%) «nunca» ha oído hablar de este tipo de comercio o, en ocasiones, lo confunden con las ofertas de las grandes superficies. La población con la que habitualmente trabajamos en los centros y servicios, en las estructuras de la Iglesia en general, existe como una potencialidad para dinamizar y dar a conocer «otra forma de producir y otra forma de consumir». Ello implica que desde las parroquias se realice toda una labor de sensibilización.

5.2. Orientaciones de futuro confederal

(10) Encuesta del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) realizada entre la población española en mayo de 2001.

ante el comercio justo

En la actualidad, Cáritas tiene un trabajo de comercio justo diverso extendido por la Confederación, que incluye un número significativo de tiendas, así como la participación en redes locales de comercio justo con otras entidades sociales y eclesiales afines. Hasta el momento, han sido experiencias y proyectos principalmente de ámbito diocesano, al mismo tiempo que se está consolidando un proceso de coordinación de estas actividades en el seno de la Confederación. Por otra parte, existen en nuestra confederación también tiendas que se encargan de la venta de los productos resultantes de nuestra red de empleo, ya sea producciones de talleres de empleo, empresas de inserción o actividades de reciclaje, principalmente de ropa.

El tiempo actual de la globalización está acercando los problemas del Norte y del Sur. En nuestra propia realidad, la abundante llegada de inmigrantes nos ayuda a entender ese estrecho vínculo entre las realidades local e internacional a través de la globalización —lo que pasa en nuestras calles y en sus países de origen, de los que se vieron obligados a salir por la falta de oportunidades (11)—. Por otra parte, nuestra actividad tiene lugar tanto en el territorio español como en otros países, lo que nos da una visión desde las dos orillas de la realidad. Y, además, tenemos un alto número de puntos de contacto con la comunidad cristiana y el conjunto de la sociedad a través de la red de locales y parroquias con implantación de Cáritas. Esta lectura de la realidad plantea algunas oportunidades que es im-

(11) Ver «Nadie sin futuro», documento de trabajo de Cáritas Española sobre el hecho migratorio.

portante aprovechar:

- a) Avanzar hacia sistemas de *trabajo en red* que permitan distribuir productos en toda la confederación, desde el exterior y a un coste menor por el volumen de las compras.
- b) Procurar *unificar puntos de venta* de comercio justo, comercialización local y productos atractivos para las comunidades de inmigrantes. De esta forma, se propiciará un mayor contacto entre los ciudadanos recién llegados y quienes llevamos toda la vida aquí en espacios informales.
- c) El potencial de *implantación de espacios y tiendas* de comercio justo o alternativo en la Confederación Cáritas es muy alto.
- d) Asimismo, el multiplicar los puntos de venta, diversificar los productos y vincularlos con la comercialización de productos para los inmigrantes, nos ayudaría a *promover la popularización* del comercio justo y *la sensibilización* sobre el consumo responsable y las injustas reglas de la economía y el comercio mundial.

6. LOS OBJETIVOS DEL MILENIO Y EL COMERCIO INTERNACIONAL

El comercio internacional afecta a la vida cotidiana de miles de millones de personas en el mundo entero cada día, y se enmarca en el mencionado proceso de globalización. Pero la so-

ciudad civil global, a través de sus diferentes actores —organizaciones y movimientos sociales, iglesias y otros colectivos— viene promoviendo y llevando adelante diferentes actividades y campañas para abordar esta realidad.

En septiembre de 2000, los 189 países miembros de las Naciones Unidas aprobaron en su Asamblea General los objetivos de desarrollo del milenio, que establecían metas concretas que comprometen a la comunidad internacional en su conjunto —países ricos y pobres— para el año 2015 en términos de pobreza, nutrición, salud, educación, lucha contra el SIDA y otras enfermedades y sostenibilidad ambiental; dicho de otro modo, garantizar para todos la disposición de todos esos bienes públicos globales a la que la declaración de los derechos humanos nos da derecho por el hecho de ser personas.

Desde Cáritas entendemos que los objetivos del Milenio sólo se conseguirán si todos los gobiernos, tanto de países ricos como de países pobres, instituciones internacionales, la sociedad civil y sus ciudadanos, comparten su responsabilidad en ello. Corresponde a las organizaciones de la sociedad civil promover «un desarrollo a escala humana», y hacer un seguimiento de los compromisos asumidos por los gobiernos y pedir responsabilidades acerca de su aplicación. Para conseguirlos, serán necesarias reformas que afectan al sistema mundial que incluyen: aumentar la ayuda al desarrollo (cumplir de una vez el compromiso de destinar a ello el 0,7% del PIB), condonación de la deuda, cambios en las reglas y condiciones del comercio internacional, la implantación de impuestos sobre el capital especulativo (Tasa Tobin).

Nos centraremos ahora en aquellas *propuestas que*

tratan más directamente cuestiones relacionadas con el comercio internacional, expresando con claridad que están directamente vinculadas a las que figuran después, de manera resumida.

6.1. Promover un modelo sostenible de agricultura, La alimentación como un derecho humano, concepto que tiene un alcance ético, pero también legal y político

El Artículo 11 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de 1966, determina la obligación de los Estados y de la Comunidad Internacional de respetar, proteger y satisfacer el derecho a la alimentación, lo que implica que la ayuda a los países pobres y colectivos vulnerables debería enfocarse más desde un criterio de justicia y obligatoriedad que desde un criterio graciable.

La elaboración de un *Convenio Internacional por la Soberanía Alimentaria* como marco político orientador en el tratamiento de la agricultura y la alimentación a escala global. *Que los estados mantengan su derecho efectivo a proteger, apoyar y promover sus sistemas nacionales de producción agropecuarios, apoyados sobre un modelo de producción basado en la explotación familiar sostenible, diversificada, destinada a abastecer los mercados interiores. La agricultura sustentable tiende a ser una agricultura de temporada y orientada básicamente al consumo local, evitando, siempre que sea posible, los largos transportes que encarecen los productos y son costes añadidos al medio ambiente. Es decir, una filosofía «de la granja a la mesa».*

6.2. La eliminación de subvenciones y del *dumping* en las exportaciones agrarias, terminando con una práctica que socava el potencial que tiene el Sur para crear una producción agropecuaria de valor añadido. Eliminar el doble rasero del proteccionismo en el Norte y la liberalización de los mercados en el Sur

Los mercados para productos como el azúcar, los cereales, la leche y algunos aceites comestibles están dominados por los países ricos que subsidian a sus propios agricultores. Actualmente, los países de la OCDE invierten aproximadamente un billón de dólares al día en sus sectores agrícolas –más de seis veces su ayuda total a los países pobres. Lo que es más importante, sus subsidios dan como resultado el *dumping* (12) con importaciones baratas que excluyen a los campesinos de países pobres.

Los países del Norte también bloquean la importación de productos agrícolas provenientes de los que están en vías de desarrollo a través de aranceles, entre otras medidas. La reducción de tales barreras crearía empleos y sacaría a millones de personas de la pobreza. Los países pobres que exportan a países industrializados se enfrentan con aranceles cuatro veces más altos que los que se aplican a los países ricos.

Juntos, los subsidios y los aranceles distorsionan el mercado y arruinan los modos de vida de los pequeños agricultores y comunidades. Los donantes deberían poner fin a estas prácticas y

(12) Documento Caritas Internationalis/CIDSE. «*Campaña Internacional sobre objetivos del Milenio. Octubre, 2003*».

ayudar a financiar la agricultura sostenible. Asimismo, es necesario tomar conciencia de la perversa práctica que representa para un modelo de comercio justo el *neocolonialismo agrícola practicado por las poderosas corporaciones agroalimentarias del Norte*, mediante la adquisición de vastas extensiones de tierras productivas en unos países del Sur cada vez más empobrecidos, a causa del endeudamiento exterior; y que son destinadas a la producción intensiva de bienes agrícolas ajenos al medio ambiente local. Estos productos, obtenidos a muy bajo coste merced a la baja remuneración de la mano de obra nativa, tienen como destino los mercados del Norte, donde satisfacen la insaciable demanda de los consumidores de los países ricos.

6.3. Garantizar que los acuerdos sobre propiedad intelectual sean aplicados de manera que garanticen el derecho de los estados de proteger la salud pública y de promover el acceso a los medicamentos para todos, independientemente de la capacidad de producción local de cada país

CIDSE/CI (13) reconocen que cierta protección es necesaria para premiar la innovación. Sin embargo, el excesivo nivel de protección incluido en los Aspectos de los Derechos de la Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) crea monopolios de concentración de poder en el desarrollo agrario, y en la salud, lo que puede restringir la difusión del conocimiento y llegar a excluir a amplios sectores

(13) CIDSE. Cooperación Internacional para el Desarrollo y la Solidaridad. CI. Cáritas Internacinalis.

de la sociedad de los beneficios derivados de dichos conocimientos. La declaración sobre ADPIC y salud pública, aprobada en noviembre de 2002 durante la Conferencia Ministerial de la OMC en Doha, afirma la primacía de la salud pública sobre los derechos de propiedad intelectual, así como el derecho de los gobiernos a hacer uso pleno de las salvaguardas sobre la salud pública.

El propio Juan Pablo II denunció la tragedia del SIDA y afirmó que «la humanidad no puede cerrar los ojos ante un drama tan alarmante», y mandó un mensaje de una dureza sin precedentes contra las compañías farmacéuticas que fabrican y venden medicamentos y que se niegan a bajar los precios; fueron calificados de genocidas. Por su parte, el arzobispo alemán Paul Josef Cordes, presidente del Consejo Pontifical *Cor Unum*, encargado de coordinar la acción caritativa de la Iglesia, afirmó: «Es la acción genocida del cartel de las empresas farmacéuticas, que se niegan a hacer las medicinas más asequibles en África, mientras han declarado 517.000 millones de dólares de beneficios. Estas empresas podrían fácilmente salvar las vidas de 25 millones de personas que viven en el África Subsahariana, que son seropositivas y corren el riesgo de morir de SIDA (14)».

Los acuerdos sobre los ADPIC carecen de medidas para proteger los conocimientos tradicionales, permitiendo a las compañías apropiarse del conocimiento colectivo para obtener ganancias particulares. El grueso de los recursos fitogenéticos del mundo se encuentran en el Sur; sin embargo, es un pequeño número de corporaciones del Norte quien controla más del 86% de las patentes de las plantas.

(14) Rueda de Prensa, Presentación del Mensaje de Cuaresma. Agallos D'Agostino. Jesuita y Médico.

6.4. La OMC debe reorientar su actividad y servir al fin del desarrollo humano a través del comercio, impulsando los objetivos de Desarrollo del Milenio

Ello implica que la OMC se oriente hacia una mayor atención a las necesidades de los países en desarrollo, que siguen encontrando obstáculos comerciales, técnicos y financieros que les impiden beneficiarse del régimen comercial internacional actual. Es necesario promover un sistema de toma de decisiones más igualitario y transparente: La democratización de sus operaciones, particularmente en lo que se refiere a procedimientos de resolución de litigios, y conseguir el cese definitivo de toda tentativa de introducir el fallido Acuerdo Multilateral sobre Inversiones (AMI) en la OMC.

Y señalamos, para concluir, aquellas otras cuestiones de alcance global muy vinculadas al comercio y a las que es preciso prestar una especial atención y llevar adelante acciones:

a) *Cancelación de una deuda externa insostenible, destinando esos recursos al desarrollo humano y a cumplir los objetivos de desarrollo del milenio*

La deuda es un importante obstáculo para la consecución del objetivo de proporcionar agua segura, alimentos, educación y cuidados sanitarios en todos los países pobres altamente endeudados. La condonación de la deuda aprobada hasta la fecha tan sólo ha afectado a 21 países, siendo imperativa una condonación mucho más amplia, total en el caso de los países de África Subsahariana y el resto de países menos adelantados del planeta. Asimismo, es preciso cambiar los sistemas de control de los créditos y de negociaciones. Para ello, hay que garantizar un

procedimiento abierto, justo y transparente de negociación que salvaguarde los derechos sociales de los países deudores —impidiendo que se pague sin antes cubrir el mínimo esencial de toda su población en ese ámbito— y reparta equilibradamente las responsabilidades entre deudor y acreedores.

b) *Abordar las migraciones desde una visión integral, teniendo presente la necesidad y el derecho de cada ser humano a tener un futuro digno, en su país de origen o en el de llegada*

El problema no es la inmigración, sino la mala distribución de la riqueza. Más fuerte que el efecto llamada —al que recurrimos para explicar los fenómenos— es el efecto expulsión, resultado de una desesperanza radical en sus países de origen. La presión creciente de la inmigración sólo disminuirá cuando los países económicamente desarrollados entendamos que nuestro bienestar no puede plantearse al margen de la situación de otros pueblos. Para ello es imperativo, de nuevo, abordar las necesidades de desarrollo de los países de origen, así como garantizar un trato humano y acogedor en las sociedades de llegada. Por ello, resulta decisivo poner en marcha una estrategia global de co-desarrollo, al tiempo que trabajar para garantizar y profundizar en los derechos y deberes de los inmigrantes e nuestra sociedad.

c) *Aumentar la ayuda al desarrollo hasta el comprometido 0,7% del PIB, y enfocarla enteramente hacia la lucha contra la pobreza y la consecución de los objetivos de desarrollo del milenio*

Para alcanzar dichos objetivos, informes independientes indican que es preciso, al menos, duplicar el actual volumen de AOD (que está situado en 54.000 millones de dólares). Igual-

mente, es preciso reorientarla para que sirva a sus objetivos genuinos, que ahora están muy claros y consensuados, y evitar la tentación que algunos países donantes ya han expresado de desviar recursos de la AOD hacia la seguridad global considerándolo como aportación al desarrollo, en el marco de «guerra al terrorismo».

A MODO DE CONCLUSIÓN

La meta no es dominar la naturaleza, sino la técnica, las fuerzas sociales irracionales y las instituciones que amenazan la supervivencia de la sociedad y de toda la especie humana. Una visión de sabiduría que no es otra cosa que integrar la actividad humana en los ciclos de la naturaleza, trabajo digno, comercio justo, aprovechamiento en vez de despilfarro, cooperación y equidad entre el Norte y el Sur; descentralización a escala adecuada, consumo responsable.

En nuestra búsqueda de un nuevo futuro no podemos desprendernos del legado de San Francisco, modelo donde se combina la justicia social para todos con el ideal espiritual de simplicidad y frugalidad, señales que indican la dirección correcta en la nueva reconstrucción. Es necesaria una nueva actitud ante la vida que se rija por otros parámetros, donde se combine y se den cita al mismo tiempo lo espiritual, lo económico y lo ecológico. El ser frente al tener; ética frente a «estética»; compartir frente a competir; sencillez frente a superfluo; calidad frente a cantidad; diversidad frente a uniformidad; gratuidad frente a utilitarismo. Estamos ante la necesaria creación de personas que sueñen con la imagen de una sociedad de convivencia, fraternidad, equidad, justicia; un planeta sostenible.

Grandes testigos de la caridad

SAN JUAN DE DIOS, AMOR SOLIDARIO

VALENTÍN A. RIESCO, O.H.

I. JUAN Y SU CIRCUNSTANCIA

La persona es fruto de múltiples factores. Además de biología, es biografía; es espíritu encarnado en un cuerpo y en un contexto histórico, social y cultural. Por eso, para entender a Juan de Dios, que como tal nació en Granada entre 1535 y 1537 (1), con la transformación que el amor de Dios produjo en él un frío 20 de enero, es necesario remontarnos a las circunstancias del pastor, soldado y librero llamado Juan Ciudad.

I.1. Juan nace cuando en España reinan los Reyes Católicos

No es un dato sin importancia que el nacimiento de Juan coincidiese cuando en España reinaban los Reyes Católicos.

(1) La cronología sobre San Juan de Dios ha sido y sigue siendo un tema que, por más que lo intenten los estudiosos del Santo, no es fácil establecer con exactitud. En este trabajo no tengo intenciones de carácter propiamente histórico en lo que se refiere a las fechas, no porque me sea indiferente, sino porque lo esencial, creo yo, no son el día y la hora exactos, sino el contexto y el ambiente en los que se desarrolló la vida y la obra del Santo. Tampoco quiero entrar en polémica sobre el lugar de su nacimiento, tan incierto como el día que sucedió.

Aunque aceptemos la hipótesis de Castro de que su nacimiento sucedió en Portugal. Puede, incluso, que éste se podría deber precisamente a las pretensiones de unidad de España de Isabel y Fernando: unidad territorial y política, y unidad de fe. Esta última pretendida unidad, que tantos problemas causó, que tantas voluntades contradujo y tanta falsedad encubrió con ritos que no respondían a las convicciones de quienes se sometían a ellos para salvar vida y haciendas y asegurar su residencia en España, ha dado lugar a muchas interpretaciones.

Pensemos en el apellido de Juan: «Ciudad». Era un apellido que, según parece, adoptaban quienes descendían de padres no cristianos viejos: conversos, moriscos o judíos. Esto, además de otras circunstancias que no hacen al caso, ha dado pie para que se piense en el origen judío de Juan de Dios. Actualmente, esta circunstancia nos deja indiferentes. No lo era entonces. Durante siglos, incluso, se exigía que quienes deseaban profesar en una orden religiosa jurasen no tener ascendencia judía o morisca, ser de «sangre» limpia. Se ha opinado que Castro ocultó a sabiendas el origen de Juan Ciudad, quiénes fueron sus padres y cómo vivieron, para evitar complicaciones a la hora de mostrar en Juan de Dios un modelo de vida cristiana que no se limitaba a su biografiado y que podría poner en peligro la Obra por él iniciada.

Pensemos en el laconismo de este texto:

«... nació de padres medianos, no ricos ni pobres del todo; crióse con sus padres hasta la edad de ocho años y, de allí, sin saberlo ellos, fue llevado por un clérigo a la villa de

(2) FRANCISCO DE CASTRO, *Historia de la vida y sanctas obras de Juan de Dios, y de la institución de su orden, y principio de su hospital*, en MANUEL GÓMEZ ROMERO, *San Juan de Dios. Primicias históricas suyas*, Madrid, 1950, pág. 31. En adelante CASTRO.

Oropesa, donde vivió mucho tiempo en casa de un buen hombre llamado el Mayoral» (2).

Varias cosas llaman la atención. Para garantizar la credibilidad en una persona que Castro deseaba que fuera imitado por su caridad, bien podría haber aprovechado la referencia a sus padres, diciendo algo sobre su fe y costumbres cristianas. Nada dice al respecto: «*nació de padres medianos, no ricos ni pobres, con los que se crió hasta la edad de ocho años*». Un dato más llamativo y que tanta tinta ha hecho correr: «*de allí (Montemor o Novo), sin saberlo ellos, fue llevado por un clérigo a la villa de Oropesa*». ¡Cuántos interrogantes surgen! El más obvio: ¿Cómo entender que unos padres no se enteren de que su único hijo, contando ya con ocho años, desaparezca de casa? Se pueden dar numerosas respuestas, y todas se quedan en meras hipótesis o en piadosas suposiciones. Se puede pensar algo así: tal vez el niño Juan no vivía bajo la custodia de sus padres, al haber sido trasladado de España a Montemor a los pocos meses de nacer. Podría ser. Esta hipótesis apoyaría a quienes defienden que Juan de Dios nació en Casarrubios del Monte (Toledo). Por otra parte, Juan de Dios, ya adulto, vuelve a Montemor o Novo, seguramente en busca de sus raíces. Castro dice que no recordaba el nombre de sus padres. Sólo un tío suyo lo reconoció por la fisonomía (3).

Se entiende que Juan, después de recorrer España y parte de Europa como soldado, sin sentirse vinculado por la sangre a ninguna persona, deseara tener noticias de los suyos. No cuadra que la memoria de un niño de ocho años hubiera dejado borrarse hasta el nombre de sus padres. ¿Será que nunca llegó a saberlo? Tal vez. De momento, seguimos analizando

(3) *Ibidem*, págs. 55-36.

circunstancias del ambiente que rodeó la vida de Juan de Dios desde los 8 hasta los 42 años.

A los ocho años fue «llevado por un clérigo a la villa de Oropesa, donde vivió mucho tiempo en casa de un buen hombre llamado el Mayoral». ¿Por qué fue llevado a Oropesa? La respuesta a este interrogante ha dado mucho que pensar y que escribir. Conviene tener en cuenta que el Señorío de Oropesa comprendía la Villa de su nombre y una docena de aldeas y lugares de su entorno. El 30 de agosto de 1477, doña Isabel la Católica premió al señor de Oropesa concediéndole título de conde, por su apoyo durante la guerra contra la Beltraneja. Don Fernando Álvarez de Toledo es el primero que luce el título de conde de Oropesa.

Esto explica que documentos posteriores a Castro hayan localizado el lugar exacto al que llegó Juan Ciudad: Torralba de Oropesa. Así lo afirma una testigo: «*Que oyó decir a su padre difunto, que vivió 70 años y ha que murió 14, cómo en esta villa ha vivido el beato Juan de Dios en servicio de su bisabuelo paterino de esta testigo, que se decía fulano Herruz, que no tiene noticia de su nombre*».

Se aclara así la confusión existente sobre la familia a la que fue confiado el niño Juan: se trata de la casa del hidalgo Francisco Herruz, propietario, mesonero y alcalde de Torralba.

Desde su llegada al condado de Oropesa, Juan de Dios tuvo ocasión de conocer a los dos primeros condes, don Fernando y don Francisco. El primero murió al comienzo del otoño de 1504. A don Fernando correspondió ejecutar en su señorío el decreto de expulsión de los judíos, firmado por su protectora, la reina doña Isabel, en 1492. Puede que esto explique por qué al niño Juan Ciudad lo llevan a tierras de Oropesa. ¿Tuvieron que salir sus padres de uno de los pueblos del

Señorío, o de Casarrubios del Monte, a causa de la aplicación del decreto real, y ahora es devuelto a su lugar de origen?

Es la hipótesis que sostienen quienes sospechan que Juan de Dios es de origen judío. Hipótesis no tan reciente, pues el jesuita portugués Antonio Vieira lo afirmó ya en el año 1674, basado en confidencias recibidas de alguien que conocía muy bien los documentos del proceso de canonización del Santo. Luego, lo asumió, basado precisamente en Vieira, Manuel Gómez Moreno; lo aseguró Caro Baroja, y el P. Rafael María Saucedo, O. H., después de haberlo refutado con fuerza al principio, llega a afirmar: «*He sospechado muchas veces si lo que se ha solido llamar el rapto del niño Juan Ciudad y su traslado a Oropesa... será pura coincidencia o encerrará un secreto respecto a su nacimiento. Secretos de este género eran bastante frecuentes en aquellos tiempos; el mismo apellido Ciudad es sospechoso*» (4). Recientemente, a partir de las Relaciones histórico-geográficas de los pueblos de España, que recoge las declaraciones al censo, ordenado realizar por Felipe II —documento hoy conservado en la Biblioteca de El Escorial—, Vidal Benito Revuelta publicó en 1959 un folleto en la serie Temas Españoles, con el título *San Juan de Dios*, en el que afirma que el Santo nació en Casarrubios del Monte (Toledo). Se basa en la declaración realizada en 1575 por dos ancianos del lugar que, después de referirse a personas ilustres nacidas en el

(4) RAFAEL M.^a SAUCEDO, *La Cronología aplicada a la vida de N. P. S. Juan de Dios, Paz y Caridad*, 1952, pág. 229.

(5) Fr. JOSÉ LUIS MARTÍNEZ GIL, O. H., en su tesis doctoral, publicada en la B.A.C. con el título *San Juan de Dios, Fundador de la Fraternidad Hospitalaria*, Madrid, 2002, págs. 7-11, analiza detenidamente el documento. Cf. JOSÉ MARÍA JAVIERRE, en su obra *San Juan de Dios. Loco en Granada*, Sígueme, 1996, págs. 126-143.

pueblo, concluyen: «*Iten Juan de Dios, el que fundó el hospital famoso de Granada*» (5).

El hecho, mejor dicho, el documento está ahí. Viene a romper la tradición de más de cuatro siglos, apoyada en Francisco de Castro, el primero y más serio de los biógrafos del Santo que dice que «*fue de nación portuguesa, de un pueblo llamado Montemayor el Nuevo, que es en el obispado de Évora en el reino de Portugal*».

Para mí, como afirmo al comienzo, no es tan importante el lugar geográfico del nacimiento del niño Juan como el momento y el lugar de su re-nacimiento, o mejor, del nacimiento de Juan de Dios. Por eso, en un trabajo anterior (6), al referirme a este período de la vida de Juan de Dios, lo titulé *Infancia en la penumbra*. No me refiero sólo a la «oscuridad» de los datos; estaba y estoy convencido de que en la mente de Juan, que adulto llega a Granada, yacían sin respuesta precisa estos dos interrogantes: *¿Dónde nací? ¿Quiénes fueron mis padres?* No obstante, acepto el interés que tiene seguir «huroneando» en los archivos, como dice Javierre, con la esperanza de que la penumbra se torne luz un día no lejano.

1.2. Juan pastor en Oropesa

No debieron ser fáciles los primeros meses de la vida de Juan en Torralba. Suponiendo, incluso, que la familia de Francisco Herruz lo acogiera con afecto por los motivos que fueran, a la postre el niño se encuentra en un ambiente extraño:

(6) V. A. RIESCO, *Y Dios se hizo hermano. Vida de San Juan de Dios*, Madrid, 1994, pág. 10.

personas desconocidas, idioma diferente, sin los amigos de infancia, costumbres nuevas. Le tocó sufrir en carne propia lo que significa el desarraigo, a una edad en la que se van integrando experiencias afectivas, se viven las primeras inquietudes intelectuales, se comienza a formar parte consciente de la familia y de la sociedad. Incluso cambian, seguramente, los intereses por una profesión futura. En Montemayor, aquellos años los aires transmitían hazañas de famosos marineros que surcaban mares y superaban enigmas que encerraba el ancho océano. ¿Qué niño, con una imaginación normal, no soñaría con engrosar cuanto antes las filas de estos héroes que continuarían ofreciendo días de gloria a Portugal? Estos sueños se esfuman para Juan. La dura realidad le enfrenta a una vida centrada en las faenas del campo y el cuidado del ganado. Sus días comienzan a transcurrir en un pueblo llamado Torralba de Oropesa, comarca del Arañuelo, entre Talavera y Extremadura, arriba del Tajo, al pie de Gredos, a las órdenes del mayoral de Francisco Herruz, que lo mandó al campo en compañía de otros criados.

A medida que vaya creciendo en edad, se va a ocupar en el oficio de pastor. Primero servirá *con toda diligencia* a sus compañeros en lo que necesitan; más tarde tendrá que ocuparse del ganado y realizar las tareas propias del pastor a lo largo y ancho de la comarca del Arañuelo. Días, meses y años de andar tras el ganado, soportando fríos de invierno y soles de verano. También, ¿por qué no?, jornadas tranquilas de sol y de estrellas. Sería fácil imaginar años de gran placidez, con muchas horas para pensar y contemplar. Probablemente también las tuvo Juan. Sin embargo, es bueno situarse en la realidad: la vida del pastor es dura, sacrificada, con muchas horas de soledad, en las que la mente no puede estar parada. ¿En qué ocupó Juan esas horas? ¿Su mente

había sido ilustrada de manera que se ocupara en la oración, en pensar y leer? Algo se daría de todo eso, pero no hay nada cierto al respecto. Sí sabemos, por las reacciones posteriores, que Juan tenía unos valores humanos y religiosos que, sin duda, le apoyaban y que trataba de cultivar con los medios de la época.

También sabemos, y nos interesa destacarlo, que realizó su trabajo con responsabilidad. Castro dice: *«como le faltaron los padres en tan tierna edad, procuró de agrandar y servir a este buen hombre, en el oficio que está dicho y de pastor, todo el tiempo que en su casa estuvo, por donde le tenían mucha voluntad sus amos, y era querido de todos»*. Subyace la experiencia del desarraigo, la falta del cariño y el apoyo de sus padres. El niño Juan, como todos los niños, necesitaba sentirse querido y apoyado, valorado por las personas con las que vivía. El desarraigo lo podría haber marcado negativamente para el resto de sus días y convertirlo en una persona cerrada, esquiva, tímida, fría afectivamente, agresiva incluso. Tuvo suerte Juan: no contaba con el afecto de sus padres, pero supo ganarse el afecto y la benevolencia de la familia Herruz y de sus compañeros. Una experiencia que pudo afectarlo negativamente, la supo asumir de manera que, ya en Granada, le sirvió para comprender a quienes pasaban por situaciones similares. Conviene tenerlo en cuenta.

En la primera etapa de su pastoreo transcurren diecinueve años, si aceptamos que nació en 1495. En realidad, es la etapa de la vida que suele marcar definitivamente la personalidad. No parece que sucediera así en Juan Ciudad. En 1523 cambia de oficio y, como se verá, la decisión no es definitiva. Juan, a los casi 28 años, no tiene claro su futuro.

1.3. Juan soldado, al servicio del Emperador Carlos

Se quiera o no, los avatares de la historia influyen en las decisiones personales. No es sencillo vivir al margen de los acontecimientos. De la muerte de la Reina Isabel en el Castillo de la Mota, el 26 de noviembre de 1504, sabría Juan por los funerales que don Francisco, segundo conde, seguramente organizó en Oropesa, a los pocos meses de la llegada de Juan a Torralba. Probablemente tuvo mayor eco la súbita muerte de Fernando el Católico, ocurrida el 23 de enero de 1516. Juan era un mozo de casi 21 años. ¿Oiría comentar los sufrimientos de la reina Juana a causa de los celos que le prodigaba su hermoso consorte Felipe? Puede. Quien sin duda tuvo mayor influencia en su vida fue el emperador Carlos, nacido en Flandes el 24 de enero de 1500 y que llegó a España como rey el 19 de septiembre de 1517.

Al menos en Castilla, salvo alguna escaramuza de los moros en Andalucía, con la toma de Granada en 1492 se había perdido el sentido de la guerra. Los nobles vivían administrando sus posesiones y, en general, vivían plácidamente de sus rentas. La llegada del nuevo rey comporta exigencias y costumbres que no aceptan. Al ser elegido Emperador en 1519, antes de partir para Alemania y ser coronado el 22 de octubre de 1520, la oposición de la nobleza es clara y le resulta muy difícil conseguir el apoyo económico para realizar el viaje.

En las principales ciudades de Castilla soplaban aires de rebeldía. Toledo fue la primera que se levantó; siguieron Segovia, Zamora, Guadalajara, Madrid... En la práctica, todas las capitales de Castilla se opusieron al cardenal regente, Adriano de Utrech, que consiguió sofocar la rebelión, derrotando a los comuneros en Villalar el 23 de abril de 1521. El Conde de Oropesa, aunque inmerso en el problema, parece que perma-

neció fiel al Emperador y no tomó parte en la contienda. Gracias a su neutralidad, hoy podemos contemplar la almenas de su castillo.

A partir de ahora, Castilla se verá implicada en una serie de luchas que irán minando vidas y caudales, adornando con laureles de victoria la progresiva pobreza en que se irán sumiendo campos y mercados. El Emperador regresó a España el 16 de julio de 1522. El rey francés, Francisco I, aprovechó la ausencia de Carlos para atacar y reconquistar para Francia el reino de Navarra. Faltó poco para conseguirlo, pero fue derrotado en Noain, cerca de Pamplona, y tuvo que replegarse. Se resarció meses más tarde, conquistando para Francia la plaza de Fuenterrabía. Era el 18 de octubre de 1521.

La experiencia de la rebelión comunera hizo reflexionar al Emperador. Comenzó por indultar a los rebeldes. Contribuyó a restañar las heridas la llamada que hizo para luchar contra el invasor francés y reconquistar Fuenterrabía. Convocó cortes a principios de 1523 en Palencia y a comienzos del verano en Valladolid. Consiguió fondos para la guerra y ordenó levas a las que respondió pronta la nobleza. Entre ellos el señor conde de Oropesa, que ratificó la lealtad al Emperador, enviando cuarenta lanzas, a las órdenes de Francisco Herruz, a cuyo servicio estaba Juan Ciudad. Tal vez por esta circunstancia, y puede que deseoso ya de dar otro rumbo a su vida, Juan se alistó como soldado. Castro lo consignó así: «*Siendo mancebo de veinte y dos años le dio voluntad de irse a la guerra, y asentó en una compañía de infantería de un capitán llamado Ioan Ferruz, que a la sazón enviaba el Conde de Oropesa en servicio del Emperador para el socorro de Fuenterrabía*» (7).

La edad está equivocada: Juan había cumplido veintiocho

(7) CASTRO, pág. 32.

años. El nombre del capitán, en realidad, era Francisco. Las motivaciones que ofrece Castro son *el deseo de ver el mundo y gozar de libertades, que comúnmente suelen tener los que siguen la guerra* (8). No sé si por prejuicios acerca de la soldadesca o basado en testimonios de Juan, recogidos en un cuadernillo redactado por un compañero del Santo (9), afirma que corrió a «*rienda suelta por el camino ancho (aunque trabajoso) de los vicios*» (10).

No hay duda de que, con los alicientes que podría significar tener nuevas experiencias, conoció las fatigas y trabajos, los sobresaltos y privaciones, además de los peligros que comporta la guerra. Castro describe con bastante detalle dos peligros que estuvieron a punto de costarle la vida:

«Estando en esta frontera, un día faltóles a él y sus compañeros la provisión; y como hombre mancebo y más diligente, ofrecióse a ir a buscar de comer a unos caseríos o cortijos, que estaban de allí algo apartados; y para ir y volver con más brevedad subió en una yegua francesa, que de los contrarios habían tomado; y siendo como dos leguas apartado de la estancia de donde había salido, la yegua, reconociendo la tierra donde solía andar, arremetió furiosamente para entrarse en su natural, y como no llevaba freno, más que un cabestro con que la guiaba, no pudo ser parte para detenerla; y tanto corrió por el halda de una sierra, que dio con él un gran golpe entre unas peñas, donde estuvo sin habla más de dos horas, echando sangre por la boca y por las narices y fuera de todo su sentido, como muerto, sin haber por allí quien le viese y socorriese en tanto peligro» (11).

(8) *Ibidem*, pág. 32.

(9) *Ibidem*, pág. 29.

(10) *Ibidem*, pág. 29.

(11) *Ibidem*, 32-33.

Castro continúa el relato con unas palabras que no tienen desperdicio. En ellas encontramos por primera vez una referencia a los sentimientos religiosos de Juan, a su fe y devoción a la Virgen y al sentido reverencial que vivía hacia Jesús. No cabe duda de que este momento de su vida se grabó indeleblemente en el corazón de Juan que, años más tarde, en las confidencias personales, repite con exactitud su oración a María:

«Vuelto en sí, atormentado de la caída que había dado, y visto que corría otro peligro no menor, de ser preso de los contrarios, se levantó lo mejor que pudo de tierra; no pudiendo apenas hablar; se hincó de rodillas, los ojos puestos en el cielo, invocando el nombre de nuestra Señora la Virgen María, de que siempre fue devoto, comenzó a decir: Madre de Dios, sed en mi ayuda y favor y rogad a vuestro santo hijo me libre de este peligro en que estoy, y no permita que sea preso de mis enemigos» (12).

Llegó como pudo al campamento y, gracias al cuidado de sus compañeros, se repuso en pocos días. El caso es que en una refriega con el francés, la compañía de Juan le arrebató un botín, que pusieron a su cuidado. Sin saber cómo, se lo sustrajeron. Consecuencia: el capitán lo condena a la horca. En ella hubiera terminado la historia de Juan Ciudad, de no haber mediado *«una persona generosa, a quien el capitán tuvo respeto, y, sabida la causa, le rogó que no se acabase de poner en ejecución lo mandado, y que no pareciese más delante del capitán, y que se fuese luego del campo»* (13). Se ha especulado mucho sobre la identidad de esa persona generosa de que habla Castro, pero no hace el caso detenernos en conjeturas. Tampoco

(12) *Ibidem*, 33.

(13) *Ibidem*, 34.

sabemos si el capitán que lo mandó ahorcar era Francisco Herruz. Seguramente no, pues Juan decidió regresar a Oropesa y seguir al servicio de su antiguo señor que, según Castro, lo recibió encantado, pues «*lo amaba como a hijo, por ser fiel y diligente y haberlo criado en su casa*» (14).

Si Juan buscaba gloria, sufrió una buena decepción. La relativa tranquilidad con que transcurrieron los siguientes ocho años de su oficio de pastor (en esto hay que corregir de nuevo a Castro, que habla de cuatro años, contando que llegara a Oropesa en el otoño de 1524, pues Fuenterrabía fue tomada el 25 de marzo de ese año) le permitieron reflexionar sobre su futuro, máxime si tenemos en cuenta que ahora tiene más elementos de juicio, como se deduce de este testimonio suyo, siendo pastor en Sevilla:

«Y así decía él, que le daba gran dolor, cuando estando en casa del Conde de Oropesa veía en la caballeriza los caballos gordos y lucios y bien encubertados, y los pobres flacos y desnudos y mal tratados; y él entre sí decía: Y cómo, loán, ¿no será mejor que entiendas en curar y apacentar los pobres de Jesu-Cristo, que no bestias del campo?» (15).

Por lo visto, Juan ya no se siente bien en Oropesa. Algo importante ha ido creciendo en su interior que le lleva a interrogarse sobre su vida y, lo que nos importa más, sobre la realidad que observa: los señores se preocupan más de sus caballos y haciendas que de la situación en que se encuentran los pobres, que son tantos, y de quienes están a su servicio, seguramente mal pagados. Es bueno destacar la actitud de

(14) *Ibidem*, 34.

(15) *Ibidem*, pág. 37.

Juan: no juzga a los demás. El abandono en que se encuentran los pobres lo cuestiona personalmente y no le permite vivir sosegadamente. Crecerá la inquietud que, seguramente, brota de los sentimientos más nobles de su corazón.

En la primavera de 1532, los correos imperiales invitan a alistarse en las tropas del Emperador para luchar contra el turco. Juan se apunta, esta vez como «familiar», al servicio del Conde de Oropesa. No hace al caso detenernos en pormenores históricos. Basta recordar que la batalla final a las puertas de Viena, que debía sentenciar la suerte del futuro de Europa, no tiene lugar. Solimán decide retirarse. El Emperador Carlos entra en Viena el 24 de septiembre de 1532 y pasa revista a las tropas al día siguiente.

Castro sigue los pasos de Juan sin preocuparse de los detalles históricos y cronológicos. Resume así:

«Todo el tiempo que el Conde estuvo en Hungría en el campo del Emperador sirvió loan con mucha diligencia en su casa, de manera que era amado de todos. Fenecida la guerra y retirado el Turco, se volvió con el Conde por mar a España, y desembarcando en el puerto de la Coruña vino a Oropesa, y loan desembarcó con él. Así como el Conde desembarcó tuvo gran deseo loan de ir a su tierra, porque le pareció desde allí cómodo camino, y porque nunca más allá había tornado después que de ella salió siendo niño, y por saber de sus padres y parientes. Se puso en camino y llegó a Montemayor el Nuevo...» (16).

Aunque con reservas, incluso con la sospecha de que este episodio sea fruto de la «prudencia» de Castro para despistar

(16) *Ibidem*, pág. 35.

un poco más acerca de la ascendencia del Santo, sin entrar en más análisis ni hacernos más preguntas, vamos a aceptar que Juan Ciudad vuelve a Montemayor el Nuevo para informarse de sus padres. No me parece verosímil, en cambio, el encuentro con su tío y dudo aún más de la conversación entre éste y Juan. Lo realmente significativo es la decisión que toma:

«(...) mi voluntad es de no quedar en esta tierra, sino de buscar a donde sirva a nuestro Señor fuera de mi natural (...); y pues he sido tan malo y pecador; razón es que, pues el Señor me ha dado vida, que la que fuere la emplee en hacer penitencia y servirle; que yo confío en mi Señor JesuCricto que me dará su gracia para que este deseo le ponga muy de veras en ejecución» (17).

¿Qué buscaba Castro? Seguramente destacar la decisión de Juan, después de comprobar que nadie ni nada llenaba su corazón de manera que lo animara a fijar su morada en un lugar, cuyo nombre sí recordaba —me pregunto si no era mucho más difícil recordar el nombre del pueblo de donde lo sacaron que el de su madre y de su padre—, para seguir buscando por los caminos de España el que Dios deseaba que lo condujera a la meta de encuentro con Él.

Es un momento clave, porque es la primera vez que Juan decide tomar en sus manos el rumbo de su vida. Hasta ahora han sido las circunstancias o el querer de otros quienes han decidido por él. Esta vez es Juan quien desea orientar su existencia por caminos que lo conduzcan a servir al Señor. Y toma la decisión no en Oropesa, lugar de referencia hasta el momento, sino en el pueblo de donde fue sacado, probablemente contra

(17) *Ibidem*, pág. 36.

su voluntad, siendo niño. Es una decisión que marcará su futuro.

2. POR LOS CAMINOS DE DIOS A IMPULSOS DEL CORAZÓN

Hasta este momento, Juan ha caminado o ha sido movido de un lugar a otro, animado por causas más bien ajenas a él. En adelante, su caminar estará motivado por el deseo de llegar al lugar donde el Señor desea que le sirva. Es una opción seria y definitiva que va a mantener su espíritu abierto, muy atento a lo que Dios desea de él.

Llegó a Sevilla. ¿Pensó, en algún momento, embarcarse para las Indias? Lo cierto es que lo encontramos de nuevo dedicado al oficio de pastor. Necesitaba ganarse el pan y era el modo que mejor se le había dado. La voz interior que lo urgía a caminar le inquieta: no es justo que las bestias del campo estén mejor cuidadas que los pobres de Jesucristo. Es un viejo recuerdo que lo remite a sus años de Oropesa, según Castro:

«... y él entre sí decía: Y cómo, loan, ¿no será mejor que entiendas en curar y apacentar los pobres de Jesu-Cristo, que no bestias del campo? Y suspirando decía: Dios me traiga a tiempo que lo haga. Y con este vehemente deseo, y como por entonces no veía el camino que nuestro Señor le había de dar para servirle (aunque le había dado la voluntad), andaba triste y no tenía sosiego ni reposo, ni le daba contento ya el guardar las ovejas» (18).

Permaneció en Sevilla algunos meses. Juan medita, busca y ora. Sevilla no le parece que sea el lugar donde el Señor desea

(18) *Ibidem*, págs. 37-28.

que le sirva en sus pobres. Se dirigió a Gibraltar con la intención de atravesar el estrecho y buscar en Ceuta. Durante la travesía entabló conversación con un noble portugués, castigado al destierro, que le pidió se pusiera a su servicio. Juan aceptó, pensando que podría disponer de casa donde estar, de un sueldo suficiente para vivir y, tal vez lo más importante para él, de tiempo y ambiente para discernir su futuro. La realidad fue muy diferente. El caballero iba a ayudarle a entender lo que significaba ser *pobre vergonzante*: una persona que prefiere pasar hambre antes que ponerse a trabajar, algo indigno para su rango. Tendrá que ser Juan quien trabaje para mantener a aquella familia venida a menos. Una experiencia más. Sin saberlo, el Señor le va mostrando realidades humanas a las que tendrá que «descender». Son los «señores» que sólo conservan el subjetivo título de caballeros. Encontrará muchos más tarde.

Es así como vemos a Juan trabajando duro en la construcción de las murallas de Ceuta. No obstante, se siente contento. De algún modo entiende que el Señor le está concediendo vivir para los demás, trabajando para que otros puedan comer. Es la primera experiencia de amor gratuito que conocemos de él. La nueva ocupación no se parece en nada a cuanto había hecho hasta entonces. Exigía esfuerzo y, sobre todo, soportar el trato despiadado de los capataces. Seguramente pensó mucho sobre esa forma de actuar y, por la crisis que sufrió, no llegó nunca a comprender que entre cristianos se pudiera actuar de forma tal. Juan entró en crisis al ver que compañeros suyos, para liberarse de los malos tratos, pasaban a Tetuán y algunos se convertían al mahometismo. Él mismo experimentó la tentación. Debió sufrir lo suyo.

Por el modo de actuar, se intuye que Juan, durante los años dedicados al pastoreo, había aprendido a actuar con cal-

ma; además, como ya quedó patente en su accidente de Fuenterrabía, tenía un cierto hábito de oración. Sin embargo, no podía comprender que hombres que se confesaban creyentes en Jesucristo, que dejó como mandamiento principal el amar a los demás, incluso a los enemigos, trataran a otros como a esclavos. La oración, unida al amor desinteresado que realizaba con la familia que servía, le daban cierta serenidad y le indicaban que se encontraba en buen camino, y no era el caso de cambiar de fe. Pero no llegaba a ver claro. En ocasiones, resulta difícil distinguir entre el egoísmo y el verdadero amor a sí mismo. Es fácil que a Juan se le planteara el problema. ¿Podía abandonar a aquella familia que, sin su ayuda, iba a encontrarse en el más completo desamparo? ¿El amor al prójimo no le exigía continuar en Ceuta, aunque tuviera que sufrir y luchar contra las dudas que le asaltaban?

Decidió acudir al convento de los padres franciscanos y expuso a uno de ellos sus dudas y el deseo firme de servir al Señor. La respuesta que recibió fue taxativa: debía volver a Gibraltar cuanto antes y dedicarse a un oficio tranquilo que le permitiera conjugar las prácticas cristianas que le ayudarían a comprender adónde lo llamaba el Señor. Le resultaba doloroso abandonar a la familia para la que estaba trabajando, pero se impuso la decisión de seguir la voluntad de Dios que, de alguna manera, estaba respondiendo a sus ruegos de que le mostrara el camino a seguir para servirle.

Con harto sentimiento, Juan Ciudad se despidió de los Almeida, asegurándoles que Dios proveería a sus necesidades en adelante, puesto que él dejaba el trabajo por fidelidad a lo que Dios, por medio del confesor, le pedía. Y regresó a Gibraltar.

La estancia de Juan en Gibraltar y sus alrededores no debió ser larga, pero sí fue muy intensa. Francisco de Castro, que has-

ta ahora ha sido tan parco, va a orientar a cuantos deseen adentrarse en el espíritu de Juan Ciudad con testimonios que, seguramente, son fruto de las confidencias del Santo a su compañero de tantos caminos por tierras de Andalucía y de Castilla.

«Luego que desembarcó loan de Dios en Gibraltar se fue a una iglesia, y hincado de rodillas delante la imagen de un Crucifijo, dio muchas gracias a nuestro Señor; diciendo: Bendito seáis vos, Señor; que es tanta vuestra bondad, que a un tan gran pecador como yo, y que tan mal os lo ha merecido, tuviste por bien de librarle de un engaño tan grande y tentación en que por mis grandes pecados caí, y traerme a puerto de seguridad, donde procuraré con todas mis fuerzas serviros, dándome vos vuestra gracia; y así os suplico cuanto puedo, Señor mío, me la deis y no apartéis de mí los ojos de vuestra clemencia, y tengáis por bien de enseñarme el camino por donde tengo de entrar a serviros y ser para siempre vuestro esclavo, y dad ya paz y quietud a esta alma, en que halle lo que tanto desea y con tanta razón; pues sois, Señor, dignísimo de que vuestra criatura os sirva y alabe, y se entregue a vos de todo su corazón y voluntad» (19).

La oración de Juan es harto expresiva. En ella descubrimos la conciencia que llegó a tener del peligro en que se encontraba y, sobre todo, el fortísimo deseo de servir al Señor: Deseo motivado por la experiencia que ya entonces tenía de la bondad y clemencia de Dios para con él. A partir de este momento, Juan Ciudad vive en actitud de discernimiento, atento como nunca lo había estado a lo que el Señor deseaba de él. No va a buscar más su querer, honra y prestigio. Todo su ser se va a orientar a buscar el camino por donde Dios desea que le sirva

(19) CASTRO, pág. 42.

y sea su esclavo, pues, afirma el Santo, «sois, Señor, dignísimo de que vuestra criatura os sirva y alabe, y se entregue a vos de todo su corazón y voluntad». Juan Ciudad deja de ser-para-él, para ser todo orientación a Dios y esclavo suyo. Cuando encuentre el camino, experimentará la paz y quietud de su alma.

Si, como parece, el testimonio de Castro es de primera mano, Juan Ciudad no es un principiante en la vida del espíritu. Refleja una fe profunda y unas convicciones sólidas, adquiridas en largas horas de reflexión y diálogo con Dios en la oración. No se cambia de actitud en la vida de la noche a la mañana. No quiero decir con esto que hubiera conseguido la meta a la que se sentía llamado, faltándole sólo descubrir dónde y en qué servir al Señor. Sí se puede decir que ha recorrido etapas fundamentales en la experiencia de Dios. La oración de Juan que nos transmute Castro deja entrever que ha interiorizado una «imagen» positiva de Dios. Él se siente y confiesa pecador; pero no refleja para nada complejos de culpa y, mucho menos, se presenta ante Dios como al juez que va a analizar y pesar sus pecados. Dios, para Juan, ya en este momento, es bondad, fuente de gracia, perdón y paz, todo clemencia, dignísimo de ser bendecido y servido.

Debieron de ser muy significativos para Juan Ciudad los días que pasó en Gibraltar. Es la etapa más corta de su vida de cuantas hemos recordado. Sin embargo, el Santo la recuerda con detalles y circunstancias que muestran hasta qué punto Dios lo tocó con su gracia.

«Estuvo allí algunos días, en los cuales se preparó y hizo una confesión general, y de continuo se entraba en las iglesias a orar cuando le vagaba, y pedía siempre a nuestro Señor,

(20) CASTRO, 42.

muy de corazón y con lágrimas, perdón de sus pecados, y que le encaminase en lo que le había de servir» (20).

Juan será el «mendigo de Granada» para que los pobres puedan comer y recibir asistencia. Pero hasta que llegue ese momento, se ganará el sustento con su trabajo. No le importa en qué conseguirlo. Así que se puso a hacer lo que salía al paso. No tenía grandes pretensiones. Sus necesidades le permitían ahorrar algún dinerillo y, pensando que podría tener tiempo para sus devociones y hacer bien a los demás, se le ocurrió comprar algunos libros, devotos y profanos, cartillas y estampas. Se dedicó a la venta ambulante de su mercancía en Gibraltar y alrededores. Se entregó al nuevo oficio con ánimo de estimular a la lectura. El caso es que el negocio prosperaba paralelamente a la satisfacción de Juan, que se sentía difusor de libros y de imágenes piadosos. Dice Castro:

«muchos compraban lo que no pensaban, por lo que él les decía con buena gracia y amor; y así, con esto en poco tiempo vino a aumentar el caudal espiritual y temporal; porque además de las buenas obras que en esto hacía, haciendo a muchos que leyesen buenos libros (que cosa notoria es cuan gran bien de ello resulte)» (21).

¿Llegó a pensar que había encontrado el «camino» para servir al Señor? Puede que sí. Porque, viendo el fruto de su trabajo y el esfuerzo que suponía andar de pueblo en pueblo cargado con el hatillo y levantar cada día su mercadillo, decidió establecerse en un lugar fijo. ¿Probó en varios sitios, a la vez que caminaba buscando donde el Señor lo esperaba? Tal vez. La realidad es que

(21) *Ibidem*, pág. 43.

llegó a Granada. Lope de Vega creó la leyenda poética que ha dado lugar al escudo de la Orden. El Santo caminaba con su carga. Por el camino encontró a un niño y, ni corto ni perezoso, lo cargó sobre los hombros para aliviar sus pies descalzos. Llegaron a una fuente y Juan pensó recuperar fuerzas y aliviar la sed. De pronto, el niño se transformó y, mostrándole una granada abierta coronada por la cruz, le dijo: *Juan, Granada será tu cruz*. Nada de esto hacen sospechar las confidencias del Santo; nada dice Castro. Lo cierto es que llegó a Granada que, como ha cantado un poeta de nuestros días, fue no sólo la cruz de Juan, sino la Luz que va a llenar su vida y transformará con su fuerza su corazón y el corazón de cuantos con él se encuentren. No buscaba gloria, pero Granada será para Juan camino de gloria. Antes tendrá que pasar por el túnel del sufrimiento, de la incomprensión, del anodamiento. Estamos llegando a los años más preciosos de la vida de Juan Ciudad.

3. GRANADA: DE LIBRERO A PADRE DE LOS POBRES

Juan Ciudad llega a Granada. Tras largas y fatigosas jornadas desde Gibraltar, pasando tal vez por Ronda, tuvo oportunidad de conocer pueblos y ciudades hermosos, llenos de luz. Sin duda, la visión de Granada lo cautivó. Había estado en Viena; probablemente, si admitimos el desembarco en La Coruña, visitó Santiago de Compostela. Dos grandes ciudades. Viena de 1533 no era la hermosa ciudad imperial que hoy conocemos. Se estaba formando. Santiago sí. Era una ciudad toda de piedra, con magníficos edificios: la Catedral, el Hospital mandado construir por los Reyes Católicos... Una ciudad encantadora y, por tanto, capaz de entusiasmar al visitante. Sin

embargo, Granada tenía otros encantos. Además del embrujo de sus calles y los bellos edificios de la que fue hasta hace pocos años capital del reino moro, con la incomparable Alhambra, contaba y cuenta con el privilegio de una ciudad enclavada en un lugar mimado por la naturaleza. Si llegó al atardecer, seguramente no pudo resistir detenerse a contemplar el espectáculo de la puesta del sol sobre las crestas de Sierra Nevada. Es una contemplación que embarga y cautiva.

Granada —creo que me es lícito sospecharlo— inundó de entusiasmo al hasta entonces andariego Juan, que soñaba encontrar en la ciudad del Darro y el Genil la meta de continuos caminos desde que dejó los campos del Arañuelo en el lejano 1523, cuando se animó a recorrer España de Oropesa a Fuerterrabía. Soñó en vano. Granada es la meta que la Providencia había fijado para que Juan Ciudad llegara a Juan de Dios. Pero va a ser meta que lo impulsa a caminar continuamente: primero con sus libros; más tarde por las estrechas calles con la espuerta a cuestas y las ollas colgadas del cuello; finalmente, con espuerta, ollas y enfermos abandonados que recogerá en los rincones y plazuelas para llevarlos a su hospital.

Nada de esto sospecha al llegar. Simplemente llega para sentar plaza de vendedor de libros. Un sencillo vendedor ambulante que busca trabajar con sosiego y confía servir al Señor en sus pobres. Cómo va a conseguir su deseo, no lo intuye siquiera. Pero, en el fondo de su alma, sigue viva la llamada sentida por vez primera en el castillo de Don Fernando, segundo conde de Oropesa, y resentida en las apacibles riveras del Guadalquivir; pastor en Sevilla. Han pasado varios años. ¿Cuántos de la vida de Juan?

Es una pregunta que merecería 10 sobre 10 al historiador que pudiera fijarla con exactitud y certeza. Castro asegura

que llegó a la edad de cuarenta y seis años, y tomó casa y puso tienda en la puerta Elvira, donde estuvo usando su oficio hasta que nuestro Señor fue servido de llamarle para que sirviese en otro mejor (22). En esta, como en casi todas las fechas, Castro se pasó. No era su fuerte la cronología y, además, no era tan significativo para el hagiógrafo de su tiempo como lo es para quien actualmente se adentra en la historia de un personaje. Al comienzo dije que Juan de Dios nació en Granada entre 1535 y 1537. Personalmente me inclino más por finales de 1536, primeros días de 1537, a pesar de las afir-

(22) CASTRO, pág. 43.

(23) Defiende una cronología muy difícil de demostrar; si tenemos en cuenta las posibilidades de viajar del tiempo. Para no volver a repetir más adelante algunas cosas, me permito hacer un breve análisis ahora. Juan Ciudad parte de Viena después del 25 de septiembre de 1532. Según J. L. Martínez, a finales del mismo año pasa por Montemayor y llega a Sevilla, para estar en Ceuta los primeros días de 1533 y en Gibraltar a finales del verano, permaneciendo allí hasta finales de octubre, llegando a Granada hacia Navidad de 1533. En mi opinión, ha tenido que hacer un ajuste de fechas sin considerar bien las dificultades que entraña, para fechar la conversión de Juan Ciudad el 20 de enero de 1534. Es, seguramente, la fecha clave que responde al hallazgo, por su parte, del texto del sermón de San Juan de Ávila el día de San Sebastián. El texto que cita, en realidad no es nuevo, pues coincide con el ya conocido en la Orden e inserto en diferentes publicaciones que me excuso citar para no alargar la nota. Incluye el documento en el Apéndice I de su obra, pág. 381 ss. Visto como aparece publicado, me surgen dudas serias sobre dos de los párrafos del encabezamiento que hablan del «Sermón que predicó el Maestro Ávila el 20 de enero de 1534 en la fiesta de San Sebastián en Granada» y el párrafo siguiente a la signatura en latín —que parece escrita con letra del s. XVIII, según el autor—, y que varía sólo al decir en la fiesta de los santos Fabián y Sebastián. Desde luego, mucho tuvo que correr Juan Ciudad para llegar ese día a Granada. Por otra parte, J. M.^a Javierre, que sin duda ha seguido muy de cerca los pasos de Juan de Ávila, precisa su llegada a Granada: vino desde Córdoba a Granada a finales de 1536. (*op. cit.*, pág. 326).

maciones de José Luis Martínez en la obra que ya he citado (23). Las fuentes son importantes, pero no dejan de suscitar dudas no menos importantes. Contrastan con la fecha que datan los historiadores cuando hablan de la construcción de las murallas de Ceuta, justo el año 1535 (24). Por otro lado, curiosamente, más bien extrañamente, no he encontrado en ningún autor una referencia a las primeras Constituciones de la Orden, aprobadas en el primer Capítulo General, celebrado en Roma del 20 al 24 de junio de 1587, que comienzan así: «*Del principio y suceso de la Congregación de los Hermanos de Juan de Dios*». Después de afirmar la bondad de Dios hacia la humanidad, que lo mueve a suscitar personas que respondan a las necesidades de los pobres, presentan a Juan de Dios como fundador de la Orden y dicen:

«... con mucho fervor en el temor de Dios y amor al prójimo con aspereza de vida y vestido, después de haber renunciado a todo lo humano como parece en su vida por amor de el Señor se metió en el servicio de los pobres, cerca del año 1538, en la ciudad de Granada, en España en una pobre casilla alquilada...» (25).

Se trata de un documento oficial de la Orden, el primero de este género, en el que participaron Hermanos llegados a Roma desde Granada, Madrid, Sevilla, Lucena, Martos, Ante-

(24) J. M. JAVIERRE, historiador fino donde los haya, trata este punto en *op. cit.*, pág. 257.

(25) *Libro de las ordenaciones por los hermanos de la congregación de Juan de Dios hechas para gobierno de la religión en el capítulo general que por orden su Santidad de nuestro muy Santo Padre Sixto 5.º se tuvo en Roma en el Hospital de Juan Calovita de la dicha religión el año de 1587*. En HERMANOS DE SAN JUAN DE DIOS, *Primitivas Constituciones*, pág. 81. En adelante Const. 1587.

quera y Carmona. Son Hermanos que seguramente han convivido con algunos de los primeros compañeros del Santo y tratado con personas que lo conocieron y, por tanto, bien informados sobre la fecha que comenzó a servir al Señor en los pobres. Contamos, además, con testimonios aún más próximos: los testigos en el *Pleito entre los Hermanos del Hospital de Juan de Dios y los Frailes del Convento del Monasterio de San Jerónimo, (1572-1573)* (26), que respondiendo a las preguntas formuladas por Domingo Benedicto, Hermano Mayor del Hospital y uno de los compañeros de Juan de Dios, *están convencidos de que la misión de Juan de Dios había comenzado el año 1537* (27). Es, sin duda, una prueba casi definitiva.

Tenemos, pues, a Juan Ciudad en Granada. Tiene cerca de 43 años. Se desconoce la puerta de ingreso en la ciudad, sabemos que pronto se ha instalado cerca de la Puerta Elvira, la entrada septentrional y la más importante de todas.

«Aquí se cruzan día a día el campo y la ciudad, moriscos y cristianos viejos, cortejos aristocráticos, braceros a la espera de un contratista. Puerta Elvira y sus alrededores equivale a un sismógrafo que refleja hora por hora la tensión humana de los granadinos» (28).

Ha sabido elegir para asentarse. Le fue bien. Tenía arte para vender. Algún testigo del proceso de canonización cuenta que lo conocieron vendedor de libros en Puerta Elvi-

(26) JOSÉ SÁNCHEZ MARTÍNEZ, OH., «*Kénosis-Diakonía*» en *el itinerario espiritual de San Juan de Dios*, Madrid, 1955, pág. 165.

(27) *Ibidem*, pág. 170.

(28) J. M. JAVIERRE, *op. cit.*, pág. 322.

ra y andando por la ciudad con un cesto. Mientras, seguía esperando que el Señor le indicara el camino para servir a los pobres. ¿Llegó a pensar en algún momento que ya estaba en el camino? Porque con lo que ganaba le llegaba para comprar cada vez mejores libros, vivir más cómodamente y dar limosnas. También dedicaba tiempo a sus devociones y prácticas religiosas.

Cuenta Castro que el bueno de Juan estaba «descuidado» en su oficio. Es decir, se encontraba a gusto, tranquilo. Después de vagar de un lugar a otro durante casi quince años, no es extraño que se encontrara bien. Era buen momento para poder discernir la voluntad del Señor. El Señor tiene sus planes sobre Juan y va a salirle al encuentro de un modo inesperado, francamente desbordante.

3.1. ENAJENADO Y CAUTIVO POR LA MISERICORDIA

Llevaría poco más de un mes en su nueva vida. Poco podía sospechar Juan que años más tarde iba a escribir: «*me encuentro entrampado y cautivo por sólo Jesucristo*» (29). Todo se desencadenó el 20 de enero, fiesta de San Sebastián. Los comerciantes de Granada honraban a su patrón. Ese año el sermón estaba a cargo del Maestro Ávila, llegado a Granada a invitación del Arzobispo Don Gaspar de Ávalos. Juan subió devotamente al Campo de los Mártires, así llamado porque en ese lugar, separado de la Alhambra por un barranco, los árabes utilizaron los

(29) SAN JUAN DE DIOS, 2.^a Carta a Gutierre Lasso, 7. En adelante G.L.

silos escavados en la tierra como cárcel de cristianos cautivos. La reina Isabel mandó construir en el lugar una ermita dedicada a los Santos Mártires, poniéndola bajo el patrocinio de San Sebastián. La ermita era de reducidas dimensiones. Es de suponer que la ceremonia se celebraría al aire libre, pues la fama del predicador atraía y la concurrencia era numerosa.

Juan iba a conocer al gran predicador. Nada la hace imaginar que ese día va a cambiar el rumbo de su vida y que el Maestro Ávila es el elegido por Dios para confirmarlo en el camino y acompañarlo en su recorrido. El tema del sermón se centra en el texto de Lc 6, 17-23. Jesús baja del monte y enseña a los discípulos y a la gente que le sigue, anunciando felicidad y dicha a los pobres, los que pasan hambre, los que sufren y son menospreciados y perseguidos.

El corazón de Juan Ciudad está bien dispuesto. Se encuentra abierto, sereno; la palabra del Maestro Ávila resuena en él con nitidez, sin estorbos que interfieran el sentido y la hondura del mensaje. Hasta entonces no había comprendido cuánto amor animó a Dios para descender a nuestro valle y, siendo Dios, a bajarse hasta vivir como un hombre más, con las mismas limitaciones de todo mortal. A la luz de las ardientes palabras del predicador, contempló a Cristo que, despojado del manto, se ciñe el delantal de siervo y se postra ante el hombre, lo purifica y lo eleva a la dignidad de hijo y lo introduce en la casa del Padre. Juan se siente inmerso en este clima de amor. Tanta ternura divina lo desborda. No puede comprender que él, pobre y pecador como es, merezca tanta bondad y compasión. La misericordia de Dios lo transfigura, lo trastorna interna y externamente. Pasan por su mente los años que ha dedicado a cosas vanas en las que se ha buscado a sí mismo. Recuerda las ardientes súplicas de

meses atrás, postrado en las iglesias de Gibraltar; en las que imploraba a Dios le mostrara el camino a seguir para servirlo en los pobres.

Juan de Ávila seguía hablando. Juan Ciudad oía, pero ya no escuchaba. Se le clavaron en el alma las primeras palabras del sermón: *«Si el Señor no hubiera bajado del monte a la llanura ¿qué fuera de nosotros? En nuestras enfermedades nos quedaríamos. Si el Señor no se quitara la vestidura de su grandeza, disimulándola, y se ciñera con la toalla de nuestra humanidad, por lavar se quedarán los hombres, llenos de miserias y suciedades... Mas bajándose el Señor del monte, atrévase a llegar los cojos y los ciegos, y todos los enfermos y todos cobran salud. Mas ¿qué fuera si no bajara?...»*

¿Qué fuera si no bajara?, se pregunta Juan. Se sintió enfermo, sordo y ciego sobre quien el Señor descendía y lo tocaba con su amor entrañable y abría los oídos de su corazón en el que resonaban, con más fuerza aún que las palabras del Maestro Ávila, las de Jesús en el evangelio: *«Dichosos vosotros los pobres... Dichosos cuando os insulten los hombres...»*.

Justo en ese momento preguntaba el predicador: *«¿Queréis saber qué cosa es llegar a Cristo y ser discípulo de Cristo? Pues aquello que en ellos parece a los ojos del mundo más trabajoso, más miserable y más lleno de humildad, eso es más excelente que lo máspreciado que tienen los que no son discípulos de Cristo»*. No llegaba a entenderlo, pero la intuición del corazón le ayudó a formular la decisión que iba a marcar su vida en adelante: si Dios me ama hasta descender a mí, mi vida será para servir a Dios en los pobres, pobre y desnudo como Jesucristo. De repente se hizo luz en su alma. El Señor descendió a su pobreza para que él abandonara su situación *«descui-*

dada», tranquila y sin problemas, y bajara a experimentar las necesidades y aperturas de quien vive en pobreza y la suerte de los despreciados de este mundo...

4. POR EL GOZOSO CAMINO DE LA DESNUDEZ

4.1. Por las calles y plazuelas de Granada

El 20 de enero de 1538 Juan es reengendrado por Dios. El Espíritu de Jesús irrumpió en su vida como un torrente que invadió de amor divino su corazón. Se dejó emborrachar de amor y se sintió trasportado, como alienado de sí. De buenas a primeras comenzó a pedir misericordia a gritos, se rasgó los vestidos, se revolcó por el suelo... Comenzó a correr como un loco sin dejar de gritar; llegó a la calle Elvira, entró en su tiendecilla y regaló todos los libros y objetos piadosos que tenía. Entró en su casa y la vació hasta quedar sin nada. No le pareció suficiente y regaló la capa, el jubón... hasta quedar prácticamente en cueros. Estaba decidido a descender hasta lo más profundo del pozo de la miseria y del desprecio de la gente. Dios verá cómo liberarlo.

«Y así desnudo, descalzo y descaperuzado, siguió otra vez por las calles más principales de Granada dando voces, queriendo, desnudo, seguir al desnudo Jesu-Cristo, y hacerse del todo pobre, por el que siendo la riqueza de todas sus criaturas, se hizo pobre por mostrarles el camino de la humildad. Así, loan, de esta manera fue pidiendo misericordia al Señor por las calles; y siguiéndole mucha gente por ver las cosas que hacía, llegó a la iglesia mayor; donde puesto de rodillas comenzó a dar voces diciendo: Misericordia, misericordia, Señor Dios, de este grande pecador que os ha ofendido!» (30).

(30) CASTRO, pág. 46.

La gente, sobre todo los chiquillos, corren tras de él, lo empujan, insultan, le piden que trompique por amor de Dios, que se revuelque en el lodo de las calles... Él, como un autó-mata, calla, obedece y, por dentro, siente la dicha de quienes son mal interpretados e insultados por Cristo.

«Fue tanto lo que de esto hacía, que visto por personas honradas, y movidas de compasión, considerando que no era locura, como el común juzgaba, lo levantaron del suelo, y animándole con palabras amorosas lo llevaron a la posada del padre Ávila, por cuyo sermón se había convertido, y le contaron todo lo que le había sucedido después del sermón. Y él mandó salir fuera toda la gente que con él venía, y se quedó en el aposento a solas con él, y loan de Dios se hincó de rodillas a sus pies, y después de haberle dado breve relación del discurso de su vida, con grandes muestras de contrición le manifestó sus pecados, y le dijo que le recibiese debajo de su amparo y consejo, pues por medio suyo le había el Señor comenzado a hacer tantas mercedes; que él desde aquella hora le tomaba por su padre y profeta del Señor; y estaba aparejado a obedecerle hasta la muerte» (31).

Por fin se encuentran los dos Juan, director y dirigido. Sus vidas quedan ligadas para siempre. No se puede decir quién se prendó más de quién. Lo cierto es que la obra que Dios estaba iniciando en el corazón de Juan Ciudad, prendió tan hondamente en el de Juan de Ávila que la apoyó hasta más allá de la muerte del primero. Comprendió el Maestro que la locura de Juan era de amor y no de mente, por lo que le permitió que continuara por algún tiempo ese ejercicio de enamoramiento. ¡Extraño ejercicio, no cabe duda! El

(31) *Ibíd.*, págs. 46-47.

discípulo salió feliz a la calle y continuó actuando como un loco de atar. Lo recuerdan muy bien en Granada, pasados más de 70 años de su muerte, los testigos en el proceso de beatificación:

«Este testigo vio por sus ojos cómo los muchachos hacían burla de él y le tiraban lodo y siempre lo llevaba con paciencia y dando gracias a Dios. Mucha gente grave y prudente echaba de ver que todo aquello eran efectos de Dios y penitencia y no locura, y así procuraban los hombres honrados que los muchachos no le hiciesen mal, por ver el buen fin y proceder que tenía el dicho Juan de Dios en tan santa obra como había comenzado (Tgo. 4).

Este testigo oía la lógica del Padre Maestro Ávila, insigne predicador en letras y santidad y doctrina. Y lo vio y trató mucho al Padre Juan de Dios, porque de ordinario acudía a comunicar con el dicho Maestro Ávila por ser su confesor, y al que hoy generalmente llaman el Apóstol del Andalucía y este testigo oyó decir: “aunque a este hermano Juan de Dios tienen por loco, es más cuerdo de lo que todos pensamos”» (Tgo. 65).

Así varios días. Hasta que unas personas piadosas, comprendiendo que su vida corría peligro, decidieron llevarlo al Hospital Real.

4.2. Lo ingresaron en el Hospital Real

«Lo llevaron al hospital Real, que es do recogen y curan los locos de la ciudad, y rogaron al mayordomo tuviese por bien de recibirlo y hacerlo curar, y meterlo en un aposento donde no

(32) *Ibidem*, pág. 49.

viere gente y reposase, que quizá así sanaría de aquella locura que le había dado» (32).

Lo recibió de mil amores Don Miguel Muñoz, Mayordomo y Capellán Real del Hospital. Es fácil que estuviera en el «secreto» de la locura de Juan, pues tenía buena amistad con el Maestro Ávila. Juan, seguramente, no esperaba aprender tanto en tan poco tiempo. La experiencia de ser encerrado y tratado como loco no sólo va a marcarlo humanamente, va a revelar le qué quiere Dios de él.

Lo modélico del Hospital Real de Granada, cuando coincidió el ingreso de Juan Ciudad, se limitaba a la espléndida arquitectura y a la letra de las Ordenanzas que debían regir y dirigir el trato de los enfermos, incluidos los «inocentes» (33). La realidad era bien diferente. Buen testigo es Juan. Los primeros días recibió un trato adecuado a su estado general, maltrato y famélico. Luego, el tratamiento habitual:

«... como la principal cura que allí se hace a los tales sea con azotes, y meterlos en ásperas prisiones y otras cosas semejantes, para que con el dolor y castigo pierdan la ferocidad y vuelvan en sí, atáronle pies y manos, y desnudo, con un cordel doblado le dieron una buena vuelta de azotes» (34).

Viene a la mente la carta a los Hebreos: *Sufriendo, aprendió a obedecer...*

(33) CECILIO, ESEVERRI-CHAVARRI, en la biografía *Juan de Dios el de Granada*, Granada, 2001, pág. 176-184, recoge las Constituciones-Ordenanzas de Carlos V para el Hospital. Toda la obra es muy interesante para quien desee conocer la historia de la enfermería de la época.

(34) CASTRO, pág. 50.

«Pues tenía que parecerse en todo a sus hermanos, para poder comprender a quienes se encuentren en dolor y necesidad» (cf. 5, 9; 2, 10-18).

Como Jesús, Juan Ciudad va a ser consumado-consagrado mediante el sufrimiento. No es broma su estancia en el Hospital. No está allí para ver lo que sucede y tomar nota. Ha ingresado porque, según todas las apariencias, está loco, y como a loco lo van a tratar. Las lecciones de deshumanidad y las incongruencias de intentar amansar las fieras a golpes, quedarán escritas con sangre en sus espaldas. Juan no grita ni se enoja porque lo traten mal a él. Sabe que se está ganando los azotes por gusto, pero sus compañeros no son responsables de sufrir la enajenación mental. Esto no lo puede tolerar. En el Hospital aparece un Juan nuevo. Se podría pensar que, después de escuchar al Maestro Ávila y aguantar insultos y vejaciones por las calles de Granada con la paciencia que lo caracterizó los días anteriores a su ingreso, iba a caer en una falsa mansedumbre que lo indujera a callar. Al contrario, la experiencia del sufrimiento lo adiestró en el camino de la solidaridad: a los enfermos y pobres los siente como hermanos suyos, carne de su carne. Y no puede consentir que los traten despiadadamente.

Nadie como Castro, que se inspira directamente en las confidencias del Santo y los testimonios de quienes lo conocieron, describe con tanto lujo de detalles lo que sucedió en el Hospital Real. Juan, al ver el modo de tratar a los enfermos, increpó a los enfermeros:

«¡Oh traidores enemigos de virtud! ¡Por qué tratáis tan

(35) *Ibidem*, pág. 50.

mal y con tanta crueldad a estos pobres miserables y hermanos míos, que están en esta casa de Dios en mi compañía? ¿No sería mejor que os compadeciédes de ellos y de sus trabajos, y los limpiádes y diédes de comer con más caridad y amor que lo hacéis; pues los Reyes Católicos dejaron para ello cumplidamente la renta que era menester?» (35).

Resultado: acentuaron el castigo, porque la locura de Juan, pensaron, era maliciosa. Lo aceptó con paciencia, pero no renunció a la denuncia. Porque viendo castigar los enfermos que estaban locos con él, decía:

«Jesu-Cristo me traiga a tiempo y me dé gracia para que yo tenga un hospital, donde pueda recoger los pobres desamparados y faltos de juicio, y servirles como yo deseo» (36).

Tal vez orientado por los consejos de Juan de Ávila, que lo visitó, puede que por convicción personal, vio que la violencia no se cura con gritos ni devolviendo insultos. Cambió de táctica. Comenzó a mostrarse más tranquilo y sosegado, dando gracias a Dios porque estaba desapareciendo su mal. Los enfermeros, ciertamente, lo encontraban muy mejorado, por lo que le dieron libertad para que se moviera por el Hospital y tratara con los otros enfermos. Se dedicó a asearlos, a ayudarles a comer, a estar a su lado escuchándolos y ofreciéndoles su apoyo y consuelo. Era de notar su capacidad para calmar y alentar. Estaba demostrando que el enfermo cura o mejora más con el trato humano que con los azotes y otros castigos. Llegaron a ofrecerle formar parte del equipo.

No cayó en la tentación, aunque le aseguraba servir a los

(36) *Ibidem*, pág. 52.

pobres. Ya tenía trazado su plan: se dedicaría al servicio de los enfermos en un hospital suyo, para tratarlos como él deseaba, sin las trabas que allí iba a encontrar; para que el ambiente respondiera a las necesidades de cada paciente y la organización respondiera a las intuiciones profundas que habían tomado forma en su mente durante las largas horas de soledad y las pasadas a la cabecera de sus compañeros. Tendremos ocasión de ver cómo era el hospital en que los pobres y enfermos serían tratados como Juan deseaba.

Tengo que confesar mi «pasión» por adentrarme en el corazón de Juan de Dios durante el tiempo que estuvo recluido en el Hospital y mi lectura personal a la luz de la lectura pospascual que hizo San Mateo sobre el modo de tratar y acoger Jesús a los enfermos: «*Él tomó nuestras dolencias y cargó con nuestras enfermedades*» (Mt 8, 17), porque se sentía el siervo, el elegido para anunciar la buena noticia a los pobres, dar libertad a los cautivos y curar todas las enfermedades, sin alardes ni búsqueda de prestigio personal, sino para defender la dignidad del pobre y de los oprimidos (cf. Lc 4, 17-21; Mt 12, 15-21). Juan recorrió en el Hospital Real el camino recto hacia la auténtica solidaridad: sufrió los azotes, experimentó la amargura del desprecio y de las burlas, tuvo momentos de profunda soledad y tristeza. En ese tiempo supo de Getsemaní y de Calvario.

Dios, que es fiel y estaba madurando su corazón para que se abriera a un amor sin fronteras, le concedió iniciar desde allí mismo el camino gozoso, aunque empinado, de identificación con Cristo compasivo y misericordioso: lo consagró en Hospitalidad —su carisma peculiar—, para que mantuviera viva la presencia del Hijo en la ciudad de Granada con actitudes y gestos de misericordia entrañable. Tenía que experi-

mentar todo lo que sufrió. Porque, como el Hijo, debía descender al valle del dolor y de la marginación haciéndose como uno de tantos enfermos mentales y faltos de juicio, siguiendo la sublime sabiduría del corazón abrasado por la presencia de Dios-Amor; amoldando su querer al querer de Dios. De este modo, el Hospital Real, además de Getsemaní y Calvario, fue, para Juan Ciudad, Pascua de Resurrección y Pentecostés. Aceptó beber el cáliz que bebió Jesús y experimentó la fuerza de la vida que le concedió el Espíritu Santo. En la Ermita de los Mártires, el amor del Padre lo reengendró envolviéndolo en la ternura de su misericordia infinita. En el Hospital Real *el Espíritu Santo le concedió renacer*, potenciando en él los rasgos de Cristo que, desde el bautismo, estaba destinado a vivir y reproducir (cf. Rom 8, 29).

Ya puede dejar el Hospital. Se ha cumplido su ardiente deseo. Ya sabe cómo y dónde servir al Señor en los pobres de Jesucristo. Sólo cuenta con estos caudales y garantías: el amor que Dios ha derramado en su corazón y los años de vida que le restan. Por lo demás, es más pobre que los pobres a quienes está dispuesto a servir. No importa. Se dejará conducir.

4.3. Del Hospital Real al comienzo de su Obra

Con la cédula que extendió Don Miguel Muñoz, Mayordomo y Capellán Real del Hospital, en la que lo declaraba curado de su dolencia, salió Juan Ciudad en la primavera de 1538. Puede que se entrevistara con el Maestro Ávila. Lo cierto es que no se entretuvo muchos días en la ciudad. Debió de sentirse extraño, ahora sin caudal ni oficio. Tenía decidido su futuro, pero todo eran preguntas sobre cómo iniciarlo. Tenía

claro que debía disponerse para tan comprometida decisión como había tomado. Comienza una peregrinación que va a finalizar años más tarde, el 8 de marzo de 1550. La más importante es la que le conduce a discernir en su mente y en su corazón los deseos de Dios sobre él en cada momento.

La docilidad al Señor va a ser el norte que guíe su vida. Para ayudarse, cuenta con la mano maestra de Juan de Ávila. Con él se encuentra en Montilla. Es la primera meta que se fija. Con el Maestro Ávila traza los planes a seguir. No se sabe el tiempo que permaneció con él cultivando su mente y su corazón. Sabían los dos que dedicarse al servicio del Señor en los pobres exigía, además de buena voluntad, conocimientos mínimos que garantizaran un servicio digno y una organización de la asistencia hospitalaria que respondiera a las intuiciones del corazón de Juan. Acuerdan que vaya a Guadalupe. Castro motiva el viaje de Juan Ciudad en su devoción a la Virgen morena que se venera en la Sierra extremeña que lleva su nombre. Era un santuario conocido por Juan, pues no cabe duda de que participó más de una vez en las romerías de Oropesa para celebrar las fiestas de la Virgen. Si tenemos en cuenta su íntima devoción a la Señora, se trata de una motivación real. Pero no es sólo a orar a lo que lo envía Juan de Ávila. En el monasterio de Guadalupe, habitado entonces por los monjes Jerónimos, existía uno de los hospitales más prestigiados y bien organizados del Imperio. Juan a ver y a practicar.

Lo recibió el P. Prior, a la sazón Fr. Francisco de Benavides. Con toda sencillez le expuso cómo su director, el P. Ávila, le había aconsejado pasar algún tiempo en Guadalupe para disponerse a realizar su proyecto de fundar un hospital para pobres en Granada. A cambio, no podía ofrecer otra cosa que

su trabajo en los servicios que le encomendaran. El P. PRIOR aceptó su ofrecimiento. Juan se aplicó bien, tomó nota de cuanto allí se hacía y llegó a la conclusión de que servir al Señor en los enfermos y en los pobres es un honor que supone mucha responsabilidad. Se da cuenta que no basta con remediar puntualmente las necesidades; es necesario, además, ayudar a la persona a recuperar su dignidad y a sentirse útil para ella y para los demás.

Antes de volver a Granada, se encuentra de nuevo con Juan de Ávila, esta vez en Baeza. Le refiere la experiencia y ambos se centran en examinar el ambicioso proyecto de Juan Ciudad. Están de acuerdo. Es hora de comenzar: ¿Cómo y con qué? Debe regresar a Granada. Lo demás lo irá viendo y consiguiendo con el paso del tiempo. Camina lleno de entusiasmo. Por fin va a iniciar a dar forma a su sueño.

5. DE JUAN CIUDAD A JUAN DE DIOS... «SI DIOS QUISIERE»

¡Claro que Dios lo quería! En realidad ya «era» de Dios y para Dios. Para Dios en sus pobres y enfermos. Para Dios en el silencio de la oración y en el servicio. Todo él de Dios y para Dios, porque Dios lo había cautivado. Lo dirá más tarde: «*estoy empeñado y cautivo por sólo Jesucristo*» (37). Es la fuerza que lo animará a superar cualquier obstáculo que se le interponga. Serán muchos. Algunos debidos a su hombre viejo. Vamos a acompañar a Juan desde su llegada a Granada, lleno de ilusión y de proyectos, para iniciar la obra que Dios le ha confiado, has-

(37) 2 G.L., 7.

ta cuando lo veamos «desvencijarse» en Granada, ya casi al final de su camino. Vamos a acompañarlo atentos a lo que sucede en su vida y a lo que irradia de sí, aunque tengamos que hacerlo como a hurtadillas, con más prisa de la que deseáramos.

Llega a Granada entrado el otoño. Piensa que necesita comer y no sólo él: ayudará a que algún pobre pueda también comer ese día. Hay que celebrarlo. Va a entrar por la Puerta de los Molinos. La misma por la que ingresó en la ciudad el ejército cristiano en 1492. Recogió un buen haz de leña en las riberas de la Acequia Gorda. Al llegar a la puerta le sobresaltó una pregunta sutil: «¿Qué van a pensar de mí cuando me vean vendiendo leña? Creerán que estoy más loco que hace meses. ¿No será desacreditar mi futura obra, si actúo de este modo?» Vencieron la vergüenza y el miedo. Entregó la leña a una viejecita y se adentró en la ciudad. El ayuno del día y la oración le ayudaron a ver que ese no era el modo. Volvió al día siguiente a las orillas de la Acequia, recogió leña y, esta vez sí, se dirigió a la Plaza de Bibarrambla. Las risas y bromas llegaron, como era de esperar. No se arredró. Con el producto de la venta se alimentó y ayudó a otros pobres. Así varios días.

Su morada era la de los sin techo. Se sentía hermano suyo y deseaba compartir la misma suerte. Soportales y algún zaguán le servían para resguardarse del frío. Además de vender leña, comenzó a pedir limosna. Ayudaba a los demás como podía. Cayó en la cuenta de que ese sistema alimentaba momentáneamente a algún pobre, pero no respondía a su proyecto. En Granada, desde su vuelta, había un pobre más. No era la solución.

En la oración asidua fue comprendiendo que su futuro era el de los pobres, sí. Pero no podía malgastar el don que el Se-

ñor le había hecho. Sería pobre entre los pobres y para los pobres, por Jesucristo, pero para elevar a los pobres a la categoría de personas útiles. Fue conociendo señores que podrían ayudarle. El nombre del Maestro Ávila le servía de recomendación para entrar en su casa. Don Miguel Aviz de Venegas le permitió refugiarse por las noches en el zaguán de su casa palacio. Al día siguiente le acompañó un pobre. No hubo problema. Pero llegó el día que el zaguán se había convertido en casa-refugio para pobres y vagabundos. Era demasiado. Don Miguel, incapaz de encontrar sitio para entrar con su caballo, muy molesto, mandó desalojar su casa. Juan no sólo consiguió que Don Miguel aquella noche le permitiera seguir allí con sus pobres: había ganado su corazón y le ayudó a alquilar una c silla donde seguir recogiendo a los desamparados.

«En la calle de Lucena, en una calleja sin salida, que entonces eran de Castillo y las iban labrando, en las bodegas de ella juntaba en ellas el dicho hermano Juan de Dios a los pobres enfermos que encontraba. Se los echaba a cuestras y los traía a la dicha casa, donde los albergaba y regalaba y curaba como podía» (Tgo. 68).

Albergaba y regalaba a los pobres como podía. Los regalaba. Un término que va a pasar a los textos de la Orden que acaba de poner en marcha. Regalar a los enfermos significa tratarlos bien, darles gusto, escucharlos, acompañarlos, rezar con ellos, animarlos. Acoger (albergar), escuchar y animar son actitudes esenciales para dedicarse a servir a quien sufre, para que el enfermo se sienta en el hospital como en su casa. Supone abrirle y darle espacio en el propio corazón, permitirle que se exprese, que llore, que se desahogue, darle ánimo. Es invitarle a adentrarse en su «ánima» para sentirse digno. ¡Cuánto contenido en solo dos palabras! Albergar y regalar al

pobre y al enfermo será la dicha y la lucha de Juan.

«Porque, como no había en esta ciudad persona que tuviese cuidado de ellos tan en particular; los dichos pobres se quedaban muertos por esas calles; y, para el remedio de esto, el bendito hombre tomó una casilla en la calle que llaman de Lucena y allí, andando por la ciudad, hallaba los pobres debajo de los portales de la Plaza de Bibarrambla, tendidos por el suelo, y el bendito Juan de Dios se los echaba en el hombro y los llevaba a la dicha casa, donde los albergaba y regalaba con la limosna que llegaba, absteniéndose de comer por darlo a los pobres, y así el bendito hombre andaba flaco y muy amarillo» (Tgo. I).

Curaba como podía, refiere el testigo. Después de asear el local, compró algunas esteras y unas pocas mantas. Las camas llegarán más tarde. De momento no había para más. Juan era el mentor y *factotum*: aseaba y curaba las heridas de los pobres, barría, iba a la fuente por agua, fregaba, pedía limosna, preparaba la comida... ¿Rezaba? Sí, rezaba con los pobres; acudía a la primera misa de la Iglesia Mayor; dedicaba largos ratos a estar con el Señor en las cortas noches, pues se recogía muy tarde después de pedir limosna, visitaba uno a uno a los acogidos, se interesaba por su vida, limpiaba, preparaba las cosas para comenzar al día siguiente... Sabía que la fuente de su amor era el corazón de Dios y en él se adentraba para renovar y acrecentar su capacidad de amar sin medida.

Juan iba adquiriendo progresivamente el don de ver y contemplar la vida con la mirada de Dios. En esta época se va encarnando en él un estilo de oración personal, íntimamente li-

(38) Cf. Constituciones de la Orden, 1984, n. 2 & b.

gado al don de la hospitalidad que, como rezan las actuales Constituciones de la Orden, «*e hizo partícipe, en forma singular, del amor misericordioso del Padre*» (38). Necesitaba, más que el comer; la fuerza y el consuelo de Dios. Años más tarde, cuando su itinerario espiritual habrá alcanzado un nivel difícil de conseguir sin una vivencia íntima del amor de Dios, confesará:

«No hallo mejor remedio ni mayor consuelo para cuando me encuentre apasionado, que mirar y contemplar a Jesucristo crucificado, pensando en su santísima pasión y en los trabajos y angustias que padeció en esta vida: y todo por nosotros, pecadores (39). ...porque no hay más alta contemplación que la pasión de Jesucristo» (40).

En esta primera etapa de su entrega a los pobres debió de tener muchos momentos de tribulación. Todo era nuevo para él: el trabajo, el mal dormir, pensar en cómo seguir ayudando, la incomprensión. Porque pocos podían comprender su transformación. ¿No estaría engañando a todo el mundo con su nueva forma de locura? Porque, visto con cálculos a ras de suelo, no deja de ser una locura pretender remediar la situación de los pobres sin contar con más recursos que la limosna y el propio trabajo. Tal vez lo más duro, por eso mismo lo más admirable de Juan, es su talante ante la incomprensión y los insultos. Lo hemos visto en los días que precedieron a su ingreso en el Hospital; no podemos siquiera imaginar lo que significó para él ser encerrado como loco y tratado en consecuencia... Puede, incluso, que, cuando se «metió al servicio

(39) 2 Carta a la Duquesa de Sessa (D.S.), 9.

(40) 3 D.S., 8.

(41) Carta a Luis Bautista (L.B.), 10-11.

de los pobres», algunos de ellos le insultaran y trataran de sobornarlo —aparece más tarde en el caso de alguna prostituta que ayudaba en su rehabilitación— porque había días en los que la limosna daba para poco. Lo sugiere otra de las cartas del Santo. Ésta, a un joven que le manifiesta deseos de unirse a él para servir a los pobres: *«Acordaos de nuestro Señor Jesucristo y de su bendita pasión, que volvía por el mal que le hacían bien. Así habéis de hacer, hijo mío Bautista... que cuando vengáis a la casa de Dios, que sepáis distinguir el mal y el bien»* (41).

¡Qué difícil saber distinguir el mal del bien, sin dejarse atezar por el mal ni languidecer plácidamente en los momentos de bienestar! Es la ciencia de los que saben vivir desde dentro, tomando distancia para poder diferenciar y para no dejarse envolver por el sufrimiento, propio o ajeno, perdiendo así la capacidad de acercarse a quien sufre con libertad interior.

Hay algo más en esta invitación de Juan a Luis Bautista. Refleja la experiencia de muchos momentos de contemplación de la pasión de Cristo, en los que ha llegado a superar la tendencia al sentimentalismo que puede darse, o a caer en complejos de culpa que inciten a una ascesis personal sin verdaderas motivaciones. Nuestro Santo descubrió el porqué de la pasión del Señor: su amor a nosotros cuando aún éramos enemigos suyos; un amor que lo llevó a entregar su vida para nuestra rehabilitación y salvación. No invita a Luis Bautista a macerar su cuerpo, a una ascesis sin sentido. Lo invita al amor más alto: devolver bien al que le hace mal, a amar a los enemigos...

Es fundamental tener en cuenta este criterio de la espiritualidad de Juan de Dios, para entender su entrega a los pobres. Él no contemplaba la pasión de Cristo sólo cuando se hincaba de rodillas ante el Crucificado. Al contemplar los rostros desfigura-

dos de los enfermos del Hospital Real, sus compañeros; al ver destrozada la vida de tantos hombres y mujeres, contemplaba cristos rotos por dentro y por fuera; cristos de carne y hueso hundidos bajo el peso de la cruz de su vida que esperaban ser consolados por alguien que se inclinara sobre ellos, los tomara de la mano y les ayudara a levantarse y caminar. Se entiende que fue así, porque él se encargó de decirlo:

«Si mirásemos cuán grande es la misericordia de Dios, nunca dejaríamos de hacer el bien mientras pudiésemos. Pues dando nosotros, por su amor; a los pobres lo que él mismo nos da, nos promete ciento por uno en la bienaventuranza. ¡Oh estu-
pendo lucro y ganancia! ¿Quién no querrá dar lo que tiene a este bendito mercader que hace con nosotros tan buen negocio, y nos ruega, con los brazos abiertos, que nos convirtamos y lloremos nuestros pecados, y hagamos caridad, primero a nuestras almas y después a los prójimos? Porque como el agua apaga el fuego, así la caridad mata el pecado» (42).

Siempre me sorprende positivamente la conclusión: Cristo, el bendito mercader de Juan, *nos ruega con los brazos abiertos que hagamos caridad, primero a nuestras almas y después a los prójimos*. Sabía bien lo que decía: sólo desde la experiencia de sentirse amado tan apasionadamente por el Señor; es posible iniciar un camino de amor apasionado, del todo gratuito y desinteresado a los demás. Sólo desde la experiencia de sentirnos necesitados de amor; de ser perdonados y rehabilitados, podemos vivir en el amor con capacidad de devolver bien por el mal que puedan hacernos los demás. Es la mística del amor de Dios traducido en servicio de amor a Dios en los pobres y enfermos, que nos enseña Juan con su vida. No es de extrañar que, poco a poco, su

(42) I D.S., 13.

imagen fuera adquiriendo rasgos que lo hacían objeto de admiración y motivo de conversión a amar al prójimo necesitado.

Vivía su entrega con total sencillez, con la mayor naturalidad del mundo. Se dejaba conducir por Juan de Ávila, representado en Granada por el P. Portillo, siempre abierto y obediente a la voluntad de Dios. Anhelaba servir a los pobres de mejor forma y en un hospital que cumpliera sus deseos, pero no se inquietaba. Vivía el día a día esperando poder cumplir sus aspiraciones. Mientras, proseguía con las tareas cotidianas: recoger pobres enfermos por esquinas y plazuelas de Granada, albergarlos, curarlos y regalarlos como podía, salir noche tras noche con las ollas y la capacha a cuestas, gritando a los cuatro vientos su oración de caridad: *Haced bien, hermanos, a vosotros mismos, dando limosna a los pobres*. Todo un tratado de teología en una frase que Juan inmortaliza. Vale la pena detenerse a meditar en su contenido. Invito a que cada uno la acoja en su mente y en su corazón, contemplando la magra figura del pobre Juan de Dios que la canta por las calles de Granada.

5.2. LOS HOSPITALES DE JUAN DE DIOS

Esta primera casa de Juan es como la semilla de que habla el Señor en el Evangelio. Juan la sembró con amor y la cuidó con mimo y perseverancia. También con eficiencia. Así se ganó la confianza de los pobres y de personas pudientes que, sorprendidas en los primeros meses, vieron que su entrega respondía a una fuerza interior que lo animaba: no buscaba prestigio, mucho menos lucrarse. Todo lo contrario: se sentía, vivía y se manifestaba como el pobre más pobre de cuantos recogía. Su talante sencillo y acogedor era la garantía para que las personas a las que ayudaba no se sintieran humilladas: acogía

y escuchaba desde el corazón; respondía a las necesidades de cada una según sus posibilidades; a todas entregaba lo más rico que poseía: fe en Dios y en su providencia y una caridad colmada de cercanía y compasión. Éste fue también el aval en que se fijaron sus bienhechores.

5.2.1. Primer hospital de Juan de Dios

La casa alquilada en La Pescadería pronto quedó pequeña. Había que pensar en un local más amplio y en unas condiciones mínimas de asistencia médica. Con la ayuda de algunas personas pudientes se trasladó de lugar. Los testigos en el Pleito del Hospital con los Jerónimos hablan de dos direcciones: *la puerta falsa de la casa principal del Arcipreste y frente al aljibe de la puerta de Bibalmazán*, siempre en la zona de la Pescadería. El licenciado Ríos, uno de los testigos, ofrece el nombre de varias personas que le ayudaron: Dña. Francisca de Cáceres y su hija Leonor; Dña. Catalina, marquesa de Mondéjar, y su sobrina, Dña. Francisca de Mendoza (43).

«Como le daban limosnas por la ciudad, y él las daba a los pobres, se le juntaban muchos pobres, y para eso alquiló una casa en la calle de Lucena, que es la calle frontera a la Pescadería, frontero del aljibe; y en la dicha casa que tomó, recogió muchos pobres y enfermos, y cuando entraban les lavaba los pies y se los besaba. Y aunque al principio las camas eran de esparto y enea, después, como iba recogiendo más limosnas, hacía más camas y con más buena ropa para los pobres, y toda la ciudad estaba admirada de la caridad gran-

(43) Cf. JOSÉ SÁNCHEZ MARTÍNEZ, *op. cit.*, págs. 171-172.

de de este siervo de Dios, y ya no le tenían por loco sino por santo» (Tgo. 3).

Aquí puso más orden. El sueño de Juan se iba realizando. Contaba con más crédito y, paralelamente, con más limosnas y colaboración. Comenzó a solicitar la visita de los médicos, aceptó la ayuda de otras personas, tuvo más tiempo para organizar su incipiente hospital. Pronto este nuevo local también resultó pequeño.

5.2.2. Hospital de la Cuesta de Gómez

«Era tanta la gente que acudía a la fama de Ioan de Dios y a su mucha caridad, que no cabían en la casa que está dicho que tenía. Y así acordaron gentes principales y devotas de la ciudad, de comprarle una casa que fuese capaz para todos. Y así la compraron en la calle de los Gomeles; la cual había sido monasterio de monjas; aquí pasó sus pobres y extendió su real y alojamiento, poniendo orden para que a todos se les administrase caridad con la honestidad y decencia debida» (44).

Era el año 1541. Desde luego, antes de febrero de 1542, pues entre las «gentes principales y devotas» que compraron la nueva casa o le ayudaron a organizarla, se contaba Don Gaspar de Ávalos, que dejó Granada el 12 de febrero de 1542, para ocupar la sede de Santiago de Compostela. Es importante el dato, pues el interés de Don Gaspar de Ávalos no se limitó a apoyar económicamente al Santo. Se ocupó mucho del hospital de Juan de Dios, de cuanto en él se hacía y nombró un rector para que administrara los sacramentos (45).

(44) CASTRO, *op. cit.*, pág. 74.

(45) Cf. JOSÉ SÁNCHEZ MARTÍNEZ, *op. cit.*, 172-173.

La actividad caritativa de Juan había tomado dimensiones que sobrepasaban la beneficencia por altruismo humano para convertirse en testigo de Dios en una ciudad que necesitaba de personas que lo hicieran presente de manera sencilla, no sólo con palabras, sino con obras de amor a todos. Tanto fue así que el pueblo comenzó a llamarle *Juan de Dios*. El nombre lo ratificó el Obispo de Tuy, entonces Presidente de la Chancillería de Granada, quien además le impuso un hábito sencillo que lo distinguiera de los demás pobres y, sobre todo, para que dejara de despojarse de su vestido y entregarlo a los mendigos.

Que el Arzobispo de Granada nombrara un sacerdote para colaborar en su apostolado significaba que la Iglesia tomaba el Hospital de Juan de Dios como un lugar en el que la caridad cristiana se celebraba y practicaba como ámbito en el que se confesaba la identidad creyente en Jesucristo y, por lo mismo, lo vinculaba a su misión de evangelizar al estilo de Jesús, cumpliendo su mandato de curar a los enfermos y anunciar a los pobres la buena noticia (cf. Mt 10, 7-8; 11, 2-6; Lc 7, 18-23; 9, 2).

También este hospital se fue quedando pequeño. Si a esto sumamos que era necesario realizar obras de adaptación y saneamiento que exigían constantes gastos, se comprende que Juan de Dios, animado por Juan de Ávila y el apoyo económico de personas pudientes, pensara en construir un hospital que respondiera a sus criterios y a las necesidades de Granada y pueblos vecinos. Fueron Juan de Ávila y sus bienhechores los que convencieron a Fray Diego de Linares, Prior de San Jerónimo, para ceder los terrenos. Según declaración de Dña. Leonor de Cáceres, trataron con Don Gaspar de Ávalos de la necesidad de ampliar el hospital de la Cuesta de Gomeles y de buscar terreno

(46) Cf. *Ibidem*, págs. 175-178.

para construir un nuevo hospital (46). Juan de Dios no llegó a verlo finalizado. Se inauguró tres años después de su muerte.

5.2.3. **Cómo orientó Juan de Dios su hospital**

Juan de Dios fue pionero en la organización del hospital moderno. Además de poner a cada paciente en una cama y de distribuir el hospital por secciones según la patología, hizo una distinción de funciones que llama la atención: introdujo una especie de organigrama interno, precisando las competencias y obligaciones de cada responsable.

Que fue él quien comenzó con esta concepción del Hospital en el suyo de Granada se deduce de las Constituciones de 1585. El redactor transcribió, sin duda alguna, lo que los primeros Hermanos, inmediatos sucesores de Juan de Dios, realizaban. Recordemos: El Título 5.º, primera constitución, da los criterios por los que es conveniente que existan «*muchos ministros en él... para el gobierno de la casa, administración de la hacienda, cura y regalo de los pobres*»; en la siguiente constitución indican que debe haber un Rector Clérigo y un Hermano Mayor, «*veintitrés Hermanos Profesos, una mujer que sea Madre y Prefecta de las salas de mujeres enfermas, un Enfermero Mayor y otros menores en cada sala, un Refitolero, un Botiller, un Despensero (era el jefe de compras para la cocina), un Roperero, un Cocinero, un Sacristán, Médico, Cirujano, Barbero, tres Porteros, un Mayordomo*» (47).

(47) JOAN MÉNDEZ DE SALVATIERRA, *Regla y Constituciones, para el Hospital de Ioan de Dios, de esta ciudad de Granada*. Granada 1585, (en adelante Const. 1585). En HERMANOS DE SAN JUAN DE DIOS, *Primitivas Constituciones*, Madrid 1977, pág. 20-21.

Lo más importante, sin duda, es el «espíritu» que animó a Juan de Dios. La idea, es bueno recordarlo, surgió de su experiencia en el Hospital Real como enfermo. No se sintió tratado como persona y pidió a Dios le concediera tener un hospital donde tratar a los pobres enfermos como él deseaba, justamente como personas y como hermanos suyos, como a hijos del mismo Dios, fueran quienes fueran, sin hacer más distinción que el nivel de necesidad o indigencia. Él mismo se encarga de decirnos a quiénes acogía:

«Siendo esta casa de carácter general, se reciben en ella, sin distinción, enfermos y gentes de todas clases; así que aquí se encuentran tullidos, mancos, leprosos, mudos, locos, paralíticos, tiñosos y otros muy viejos, y muchos niños; y esto sin contar otros muchos, peregrinos y viandantes, que aquí acuden, a los cuales se les da fuego, agua y sal, y vasijas para guisar y comer» (48).

No por todos era bien visto que Juan recibiera en su hospital a «gentes de todas clases», entre ellas prostitutas. Llegaron, incluso, a denunciarlo al Arzobispo, a la sazón Don Pedro Guerrero, que lo llamó a palacio y le reconvino para que pusiera cuidado en seleccionar a los pobres y enfermos que recibía en su hospital y convenía que despidiera a los no dignos. Juan escuchó con atención y humildad. Cuando terminó de hablar el Arzobispo, el Santo respondió que el único indigno de morar en el hospital era él, pues todos los pobres son buenos y, además, Dios hace salir el sol sobre buenos y malos (Mt 5, 45) y no se podía echar de la Casa de Dios a ninguno de ellos. Fue suficiente para que Don Pedro Guerrero bendijera

(48) 2 G. L., 5.

a Juan y le animara a seguir como le dictaba el corazón.

Naturalmente, no sólo le funcionaba entrañablemente el corazón. Juan fue dotado de un alto sentido práctico. Conocía muy bien la procedencia de los enfermos; él mismo cargaba con ellos y los llevaba al hospital. De ahí que pusiera en práctica un estilo de acogida, atención y servicio adecuado a las necesidades de la época. Voy a servirme de cómo lo reflejaron las Constituciones de la Orden, dictadas y aprobadas por Hermanos sucesores de los que vivieron con Juan de Dios.

Esto es lo que se debía hacer:

«...exhortamos a nuestros Hermanos que con todo amor reciban en sus Hospitales pobres enfermos de todas las naciones y enfermedades, sin diferencia ni excepción de personas (49) (...) Procurarse ha en nuestros Hospitales que el servicio que se hiciere al Señor en sus pobres le sea agradable, para lo cual, (...) antes que lo acuesten en la cama con la caridad que se requiere les será cortado el cabello y las uñas, no siendo dañoso a la salud, y también les lavarán las manos y los pies y, a necesidad, todo el cuerpo, con agua caliente aderezada para este efecto; y hecho esto se le vestirá una camisa limpia y se le pondrá escofieta o paño de cabeza, y limpio de esta manera el enfermo, le acostarán en la cama, la cual estará acomodada de sábanas y almohadas limpias; y si fuere invierno, se le calentarán, y de esta manera se le irán aplicando los remedios corporales» (50).

La comida debía estar caliente, limpia, bien sazonada y el pan tierno... Claro, cuando se podía. Es muy gráfico cuando escribe:

(49) Const. 1587, pág. 94.

(50) *Ibidem*, cap. 17. *op. cit.*, pág. 95.

«Porque habéis de saber, hermano mío muy amado y muy querido en Cristo Jesús, que son tantos los pobres que aquí vienen, que yo muchas veces me quedo maravillado de cómo se pueden sustentar; pero Jesucristo lo provee todo y les da de comer. Porque... especialmente ahora en invierno, son muchos los pobres que acuden a esta casa de Dios: por lo que entre todos, enfermos y sanos, gente de servicio y peregrinos, hay más de ciento diez. Y para todo esto no hay renta, mas Jesucristo lo provee todo: pues no pasa día en que no sean necesarios, para el abastecimiento de la casa, cuatro ducados y medio, y a veces cinco; y esto sólo para pan, carne, gallinas y leña, porque las medicinas y los vestidos son otro gasto aparte. Y el día que no se recoge limosna suficiente para proveer a lo que he dicho, lo tomo fiado, y otras veces tienen que ayunar» (51).

Más importante aún era la preocupación por cada paciente: cómo se encontraba, qué necesitaba, cómo había que ofrecerle cuanto le ayudara a sentirse bien, a recuperar la salud o morir con dignidad. Los textos originales dicen mucho más que cualquier comentario por mi parte.

En el Hospital de Juan de Dios «*el médico sea docto y experimentado y de buena opinión en el pueblo y las demás partes convenientes a un buen médico, y lo mismo decimos del cirujano, y de otra manera no los tendrá en su Hospital (52)... Advirtiendo al médico consuele con su visita a los enfermos; y esto hará deteniéndose en la visita y haciendo con suavidad las preguntas a los enfermos; y así se proseguirá la visita hasta acabarse, sin quedar ninguno por visitar*» (53).

(51) 2 G. L., 3-4.6-7.

(52) Const. 1587, *op. cit.*, pág. 109..

(53) *Ibidem*, pág. 94..

¡Qué programa de actuación tan estupendo para un médico que se precie de serlo! Consolar con su visita, hacerla con calma, «*deteniéndose y haciendo con suavidad las preguntas, sin que ninguno quede por visitar*».

«Los enfermeros dormirán en las salas de los dichos enfermos, para acudir con brevedad a las necesidades de ellos, y para esto velarán por sus turnos y horas de la noche, de suerte que por su descuido o negligencia no muera alguno solo, o se descubije (se destape), o eche de la cama, o haga otra cosa que se pudiese reparar con la ayuda y asistencia de los dichos enfermeros» (54).

Juan de Dios no escribió ningún reglamento para su hospital. Fue su vida y su modo de actuar el mejor de todos. Sabemos por Castro que dormía en la misma sala de los enfermos, para poder acudir a quien lo necesitase.

«Su principal cuidado era con ellos (los enfermos), consolándolos de palabra y proveyéndoles de lo necesario por la mañana, antes que saliese de casa... y a la noche, cuando se acogía a casa, por cansado que viniese, nunca se recogía sin primero visitar a todos los enfermos, uno a uno, y preguntándoles cómo les había ido, y cómo estaban y qué habían menester; y con muy amorosas palabras los consolaba en lo espiritual y temporal» (55).

Hay testimonios preciosos de cómo servía y curaba a los enfermos, que es conveniente recordar para poder entender el espíritu de caridad de Juan de Dios. Baste el siguiente que, además, recuerda que el Santo no podía vivir sin hacer el bien, fuera don-

(54) Const. 1585, tít. 9.º, Const. 8.ª *op. cit.*, pág. 39.

(55) CASTRO, *op. cit.*, pág. 62. 67-68.

de fuera. En Salamanca, camino de Valladolid, tuvo que detenerse algunos días:

«Este testigo, como lleva dicho, conoció en esta ciudad de Salamanca al beato Juan de Dios... Y vio que el tiempo que estuvo en esta ciudad, se empleaba en obras de caridad y piadosas, andando por las calles pidiendo limosna en la forma que lleva dicho; y con lo que allegaba daba de comer y sustentaba los pobres enfermos que había en el Hospital que llamaban de San Bernardo, donde acudía a curarlos y regalarlos con tanto amor y caridad, que mostraba muy bien era varón santo. Y se llegaba a los enfermos y los consolaba y decía razones con que los animaba, limpiándolos y acariciándolos; y éste era su ordinario ejercicio y todo ello lo hacía con una cara risueña y alegre, dando a entender cuán gran gusto recibía en hacer aquellas obras, y a todos los recibía con gran amor. Y este testigo fue algunas veces al Hospital a verle cómo curaba a los enfermos y mucha gente de esta ciudad iba a verlo como cosa espantosa y obras de un santo. Y habiendo entrado los enfermos que se curan de las bubas en el hospital de Santa María la Blanca de esta ciudad, faltó cama para uno y viéndolo afligido el dicho beato Juan de Dios, lo llevó al hospital de San Bernardo a donde él curaba y allí lo curó, de lo cual en esta ciudad hubo muy grande edificación y todos decían eran obras de santo» (Tgo. 72).

Juan de Dios se sentía feliz sirviendo a los enfermos. Lo hacía con cara risueña y alegre, con gozo. Cuenta otro testigo: *«un día se acuerda este testigo que entró en su cocina, donde le halló muy alegre y dando con la palma de la mano en el revés de la otra*

(56) Const. 1612. *op. cit.*, pág. 106.

(57) Constituciones de la Orden Hospitalaria de San Juan de Dios. Confirmadas por la Santidad de Urbano Papa VII en 9 de noviembre de 1640, pág. 134.

y diciendo un cantar santo». Y este testigo llegó y dijo: «Bueno ha, Padre». Y él respondió: «Quien sirve a Dios, ande alegre» (Tgo. 13).

Hizo de los pobres y enfermos el centro de su vida y, por lo mismo, el centro de su hospital. Él transmitió a los Hermanos que todo *cuanto lo que se hace con cualquiera de los pobres enfermos, Jesucristo nuestro Redentor lo recibe y acepta como si fuese en su persona* (56). Y también que es *muy de nuestra obligación que todos concurramos a la asistencia de nuestros amos, siendo unos meros criados suyos* (57). Lo aprendió Vicente de Paúl en su experiencia de caridad en Roma y París en los Hospitales de los Hermanos de San Juan de Dios, y luego se lo escribió a sus Hermanas: *Nuestro amos y señores son los pobres*.

Juan de Dios bebió en el corazón de Dios la clave de su hospitalidad. A Dios no le bastó disponer para el hombre un lugar donde habitar y alimentos con los que sobrevivir. Hizo de su corazón el auténtico «hogar» en el que pudiéramos descansar y sobreponernos de los agobios y sufrimientos (cf. Mt 11, 28). Lo mismo hacía él: Este testigo lo vio andar entre los pobres enfermos que tenía en el hospital, albergándoles y preguntándoles cómo estaban, con tanto amor y caridad que parecía los quería meter en las entrañas. Y era público y notorio en la ciudad (Tgo. 71).

5.2.4. Valores esenciales que lo animaron

Creo que con lo dicho hasta aquí basta para intuir el nivel de humanización del servicio y las actitudes que Juan de Dios vivió, consiguió instaurar en su hospital y supo contagiar a sus

(58) Así comienza todas sus cartas.

compañeros. No obstante, a modo de síntesis, es importante recordar las «claves» de su espiritualidad:

- *Dios, ante todo y sobre todas las cosas del mundo* (58), como experiencia de amor misericordioso y rehabilitador que, en Jesucristo, lo anima, sostiene y provee de lo necesario para que pueda vivir y actuar misericordiosamente; por quien se entrega y a quien ama cuando hace el bien, a cuya gloria orienta toda su actividad, pues el bien que el hombre hace no es suyo, sino de Dios, a Dios la honra, la gloria y la alabanza, puesto que todo lo bueno es de Dios (59).
- *La caridad, como actitud de vida y motivación fundamental de su misión.* Amor de caridad abierto a todos, sin ninguna excepción, orientado principalmente a los pobres, los enfermos y marginados que encontraba. Juan de Dios, con su modo de actuar, escribió una de las páginas más elocuentes de la historia de la Iglesia en lo que al amor universal se refiere, con estilo rehabilitador como el de Jesús, que vino para que tengamos vida en plenitud (60). Además de los enfermos y pobres:
 - Se ocupó de los niños: recogía a los huérfanos y les facilitaba una familia de adopción. *Cuando encontraba los muchachos descalzos les compraba zapatos, y a otros, por ser pobres, los vestía y ponía con amor. Y a los niños les quitaba los mocos y limpiaba y hacía otras obras de gran caridad y amor* (Tgo. 45).
 - Se comprometió seriamente en la rehabilitación de la

(59) I G.L., 11.

(60) Cf. Jn 10, 10.

mujer: su apostolado con las prostitutas fue ejemplar: Castro, tan sobrio en otros casos, dedica todo un capítulo de su biografía a esta misión, que muchos siervos de Dios se abstienen de tratar (aunque) les duele su perdición. *Acaeció acerca de este caso una cosa memorable y digna de memoria, más para espantar que para imitar, y para conocer de veras su ferviente caridad del aprovechamiento de las almas... Cuatro de ellas se concertaron, y mostrando querer hacer enmienda de lo pasado, le dijeron que ellas eran de Toledo... y necesitaban ir allá para poner en orden su vida. Juan, ni corto ni perezoso, determinándose de llevarlas, apercibió lo necesario de bestias y lo demás, y él a pie fue con ellas... Una desapareció en Almagro y dos en Toledo... El criado, que sospechaba el final, dijo al Santo: ¿Qué locura ha sido ésta? ¿No os lo dije yo, que de esta ruin gente no había más que fiar de esto? Dejadlas y volvámonos, que todas son de una manera. Él, a todo esto le respondió con mucha paciencia: Hermano Joan, no consideras que si tú fueses a Motril por cuatro cargas de pescado, y en el camino se te estragasen las tres [y] la otra quedase buena, que echando las tres a mal, no echarías la buena con ellas. Pues, de cuatro que trajimos, nos queda la una, que muestra buena intención; ten paciencia, por tu vida, y volvámonos con ella a Granada: esperanza en Dios, que si con ésta quedamos no será en balde nuestro camino ni poca nuestra ganancia. Y así fue, que aquélla le concedió nuestro Señor, y volvió con ella a Granada, y la casó él con un hombre de bien... (61).*

- Tenía especial «carisma» para descubrir necesida-

(61) Castro, *op. cit.*, págs. 65-66.

des, aunque estuviera de paso, fuera de Granada. Escribe a la Duquesa de Sessa: *Habéis de saber que el otro día, cuando estuve en Córdoba, andando por la ciudad, encontré una casa con grandísima necesidad: vivían allí dos muchachas, con el padre y la madre enfermos en la cama, paralíticos hacía diez años; tan pobres y mal cuidados los vi, que me despedazaron el corazón... Los socorrí con lo que pude, pero no los atendí como yo hubiera querido, pues tenía que tratar con el Maestro Ávila y andaba de prisa. Me han escrito una carta y me han destrozado el corazón con lo que en ella me dicen. Yo estoy tan escaso de recursos que el día que tengo que pagar a los trabajadores se quedan algunos pobres sin comer. ¡Dios lo sabe y sea mi testigo! El último real de que disponía se lo di a Angulo para el viaje. Son cuatro ducados en total: tres para que aquellas pobres se compren dos mantas y dos faldellines, pues más vale un alma que todos los tesoros del mundo, y no pequen aquellas doncellas por tan poca cosa (62).*

Fue notorio su modo de actuar en Valladolid. Había acudido a solicitar ayuda para su hospital y, sin embargo: *Después le mandó dar limosna él (Felipe II) y sus hermanas las infantas, a las cuales cada día iba a visitar, y de ellas y de sus damas recibió muchas joyas y limosnas, y él lo repartía con los pobres necesitados que había en Valladolid. Dona María de Mendoza, mujer del Comendador mayor don Francisco de los Cobos... le dio aposento en su casa y de comer y todo lo necesario con*

(62) I D.S., págs. 5-17.

(63) CASTRO, *op. cit.*, págs. 76-77.

mucha caridad y amor, todo el tiempo que en Valladolid residió, y le dio grandes limosnas que repartiase a los pobres vergonzantes. Y él lo hacía y repartía tan bien, que ya casi tenía tantas casas de mujeres y hombres pobres que visitar y dar de comer, como en Granada. Algunas personas que le conocían y le veían distribuir y dar limosnas en Valladolid le decían: Hermano Juan de Dios, ¿por qué no guardáis los dineros y los lleváis a vuestros pobres a Granada? Decía él: hermano, darlo aquí o darlo en Granada todo es hacer bien por Dios, que está en todo lugar (63).

- escuchaba y ayudaba a todos con paz y sosiego. La serena armonía, manifestada en no tener prisa, escuchar con calma, es una actitud fundamental para quien sirve al necesitado. Juan de Dios no tenía tiempo que perder; pues las necesidades del hospital y la asistencia a los pobres, en algunas ocasiones, no le dejaba libre ni el tiempo que se necesita para «estar un credo despacio» (64). Un testimonio de Castro, que muestra el nivel de armonía que Juan consiguió: *era tanto el concurso de gentes que con él venían a negociar, que muchas veces apenas cabían de pies; y él, sentado en medio de todos, con muy gran paciencia, oyendo a cada uno las necesidades que traía, sin enviar jamás a nadie desconsolado, con limosna o buena respuesta (65).*
- Amor centrado y confiado en Jesucristo, que conocía su corazón y le sacaría de sus muchas deudas (66). A

(64) I G.L.4

(65) CASTRO, *op. cit.*, pág. 74.

(66) Cf. 2 G.L.

(67) 2 G.L., 16.

la vez, a pesar de su gran necesidad de dinero, no olvida que la caridad y la justicia deben ir de la mano para ser auténticas. Haciendo gala de su capacidad de buen administrador, pide a Gutierre Lasso que se encargue de la venta de una heredad que le dejaron en Málaga, con una condición: *Yo quiero que se venda porque tengo mucha necesidad de los dineros y es poco el tributo para ir a cobrarlo cada año. Por tanto, por amor de nuestro Señor Jesucristo, si supiereis quién lo quiere comprar, vendédselo en seguida, con tal que no pierdan ni el que lo compare ni los pobres (67).*

- **Amor solidario:** La solidaridad no es sólo un matiz de la caridad de Juan de Dios. Es la clave para entender su vida y su misión. Salvando las distancias, sucede lo mismo que en Cristo Jesús: fue necesario que se hiciera hombre, que fuera como uno de tantos, despojándose de su categoría de Dios (68) para salvar a la humanidad. Fue necesario que Juan Ciudad se vaciara de sí mismo, que se hiciera pobre con los pobres, que se anonadara hasta lo más hondo y experimentara la burla, el desprecio y el trato inhumano de un loco entre los locos, para comprender, amar entrañablemente y rehabilitar a quienes, como él, pasaban por la prueba del sufrimiento y de la marginación. Así como Cristo se hizo pobre para enriquecernos (cf. 2 Cor 8, 9), Juan se hizo pobre y débil para rehabilitar y sanar a los pobres y enfermos. Así llegó a ser Juan de Dios, hermano de todos, entregado al servicio de todos, deseoso de su salvación.

(68) Cf. Fil 2, 6-8.

(69) CASTRO, *op. cit.*, pág. 77.

- *Dignidad y valor esencial de la persona.* Para Juan de Dios toda persona era un hermano. Así se lo dijo al príncipe Don Felipe, luego Felipe II, en su visita en Valladolid: *Llegado que fue a la corte, el Conde de Tendilla y otros señores que lo conocían, dieron noticias de él al Rey, y le informaron de las cosas de Ioan de Dios y le metieron en palacio, donde le habló y dijo de esta manera: Señor, yo acostumbro llamar a todos hermanos en Jesu-Cristo; vos sois mi rey y mi señor y tengo de obedeceros, ¿cómo mandáis que os llame?* (69).

Juan de Dios fue un «humanista» nato. Estaba bien situado en la cultura de su tiempo; no sabemos nada acerca de su bagaje cultural al respecto, pero sabemos mucho sobre cómo supo dar contenido práctico a las tesis acerca de la dignidad de la persona, de toda persona. Valoró a todos, amó y sirvió a todos, para que todos y cada uno se sintieran «dignos», valiosos por la razón más significativa: ser persona, miembro de un pueblo, hijo de Dios, padre de todo nacido de mujer. A estas alturas de nuestra reflexión no necesito demostrarlo. En otro lugar he dedicado buenas páginas a este tema, bajo el título *Y Dios se hizo hermano*, en el que deseaba resumir el sentido de la vida de Juan: hermanar (70), superar los desniveles con que el dinero, la «sangre» y el ambiente sitúan a la gente. Porque es relativamente fácil teorizar sobre los derechos humanos. No es tan sencillo reconocerlos y hacer lo posible para que se respeten y promuevan, menos aún vivirse comprometido para que esos derechos se cumplan. Si Juan de Dios se hubiera dedicado al servi-

(70) Cf. V. A. RIESCO, *op. cit.*, págs. 139-153.

cio de los pobres y enfermos procurando remediar puntualmente sus carencias, ya hubiera sido mucho pero no suficiente para responder a la tarea que el Señor le había encomendado y que él había entendido: hacer de manera que el pobre y el marginado superaran su situación, y los enfermos recibieran una asistencia digna, orientada a su curación y rehabilitación.

- *Sentido contemplativo de la vida:* Juan de Dios, a medida que iba progresando por el camino del servicio a Dios en los pobres y enfermos, vivió, como pocos, la armonía del ser-hacer; trabajo-oración. El don de la hospitalidad le concedió conseguir progresivamente la unidad amor de Dios-amor al prójimo como expresión y ámbito de encuentro con Cristo. De la participación en la Eucaristía y de la oración salía endiosado, muchos testigos así lo veían, y del servicio a los pobres y enfermos tornaba a los ratos de soledad transido por las necesidades y sufrimientos del prójimo. De manera que su día era un continuo encuentro con el Señor; que le concedía experimentar su amor de predilección y renovaba su capacidad de amar a todos en la oración, y un constante servicio de amor al Señor; a quien descubría, adoraba y abrazaba en el pobre y enfermo.

6. LA HERENCIA DE JUAN

6.1. Últimos días de Juan

«Eran tantos los trabajos en que Ioan de Dios se ocupaba por dar remedio a los de todos, así de caminos y salidas

(71) CASTRO, *op. cit.*, pág. 88.

que hacía, en que padecía muchas frialdades, como del trabajo ordinario de la ciudad, que se desvencijó» (71).

No es fácil entender la expresión «se desvencijó» que utiliza Castro, pues se ha perdido la cultura agrícola que subyace. Hoy ya no se ven en los campos los haces de mieses puestos en pie, sujetos por el «vencejo» que, según el Diccionario de la Lengua Española, es *el lazo o ligadura con que se ata una cosa, especialmente los haces de las mieses*. Juan de Dios se desvencijó físicamente a fuerza de entrega a los demás. Su cuerpo ya no podía resistir tantas fatigas, a pesar de su compleción fuerte y contar sólo con cincuenta y cinco años.

No obstante, seguía sacando fuerza de flaqueza, para no entristecer a sus compañeros y a los enfermos y pobres de su hospital. Llegó a tal punto su falta de salud, que Dña. Ana Osorio, mujer del veinte y cuatro García de Pisa, consiguió del arzobispo Don Pedro Guerrero que Juan aceptara dejar el hospital, donde yacía enfermo en una pobre estera, y fuera llevado a su casa-palacio. Salir del hospital, del lado de sus pobres, fue el mayor sacrificio que podían exigirle. Cuentan que se desmayó al ver cómo lo lloraban todos. Pensaban que los remedios, el cuidado y la tranquilidad del palacio iban a ayudarle a superar la pulmonía que había contraído en las aguas del río Genil, a las que se lanzó para salvar de la corriente a un joven, que como él estaba recogiendo leña.

No fue así. El estado de salud del Santo empeoraba día a día. Lo visitó el Arzobispo y se interesó por sus preocupaciones y necesidades. En el lecho de muerte aún tenía Dios previsto que el pobre Juan de Dios ofreciera al mundo una hermosa lección. Tres eran las preocupaciones que tenía: la pri-

mera, sus muchos pecados; la segunda, que debía mucho a sus acreedores y no podía pagarles; la tercera, el futuro del hospital y de sus pobres. Don Pedro lo consoló diciéndole que de sus pecados ya se había encargado el Señor, por su gran misericordia. Se informó si sabía a quiénes y cuánto debía. Juan de Dios puso en manos del Arzobispo un cuadernillo en el que días antes de tener que guardar cama él mismo había verificado las deudas en visita a sus acreedores. Don Pedro se hizo cargo de cancelarlas.

De la tercera preocupación, el futuro del hospital y de los pobres, Dios se había preocupado hasta ese día y seguiría preocupándose en el futuro. No en vano, los pobres y quienes sufren son los predilectos de Dios. Lo recuerdo brevemente.

6.2. Juan de Dios, fundador de la Orden Hospitalaria que lleva su nombre

Se ha discutido si Juan de Dios tuvo o no intención de fundar la Orden Hospitalaria que lleva su nombre. Dudo que ningún fundador de institutos religiosos tuviera intención de hacerlo. Lo normal es que en un momento determinado de su vida se sintiera animado a iniciar una manera concreta de seguir e imitar a Jesucristo, impulsado por la fuerza del Espíritu Santo que, sin pretenderlo el interesado, le concedió un carisma que superaba el ámbito de lo personal para convertirse en carisma fundacional. Esta presencia del Espíritu Santo no cabe duda de que la sintió Juan de Dios. Ciertamente, no se preocupó de redactar reglas ni constituciones para su grupo. Sí que admitió a varios hombres para vivir con él y, como él,

dedicarse a servir a los enfermos con un estilo peculiar; con el que seguían e imitaban a Jesucristo, y hacían presente el evangelio de la misericordia.

Probablemente el caso de Juan de Dios sea uno de los muy pocos que existen en la historia de la vida religiosa que, en vez de disminuir su fuerza de convocación y carácter de iniciador de un nuevo grupo de hombres decididos a seguir a Jesucristo por el camino de las Bienaventuranzas, pone de relieve la fuerza del carisma que Juan y sus seguidores recibieron del Señor. Hasta el primero de enero de 1572, *fecha de la aprobación de la congregación de Hermanos de Juan de Dios, bajo la obediencia de los Obispos del lugar*, por San Pío V (72), los Hermanos de Juan de Dios viven sin más norma escrita que el Evangelio de Jesús y el testimonio de vida del Santo. Sí existe una carta, a la que ya he aludido en otro momento, en la que Juan de Dios pone en claro las condiciones que debe poseer la persona que desee acompañarlo en el servicio a los enfermos. La primera y fundamental, el amor incondicional a Jesucristo, que lo ha amado antes y más, y estar dispuesto a expresar este amor en el amor a los enfermos, trabajando sin poner condiciones; lo resumió en una frase lapidaria: *tened siempre caridad, pues donde no hay caridad no hay Dios, aunque Dios en todo lugar está*; el candidato, además, necesita haber logrado superar las fluctuaciones de una persona indecisa: *no andar como barca sin remo*,

(72) Se cuenta que el Papa, en la audiencia que concedió a los Hnos. Rodrigo de Sigüenza y Sebastián Arias les dijo: «Esta es la flor que faltaba en el jardín de la Iglesia». Desde luego, el cariño que San Pío V tenía a los Hermanos queda muy de manifiesto en la Bula de aprobación, titulada *Licet ex devoto*.

(73) Cf. Carta a Luis Bautista.

o como *pedra movediza*; es necesario que haya conseguido un equilibrio afectivo que le permita vivir el celibato; tiene que estar dispuesto a obedecer y pasar vida dura y llena de privaciones de todo tipo, *dejar la piel y las correas*; conviene que tenga hábito de oración y frecuencia de los sacramentos. Debe encomendarlo a Dios, para elegir lo que más le ayude a servir al Señor y a ser feliz (73). Nota esencial, además, ha de ser la fraternidad.

La Iglesia reconoció a Juan de Dios como fundador. Se deduce de la imposición del hábito a él y a sus compañeros, en vida del Santo. San Pío V lo ratificó en la Bula de aprobación del Instituto y el arzobispo de Granada, Don Juan Méndez de Salvatierra, lo afirma reiteradamente en el proemio de *las Constituciones para el Hospital de Juan de Dios*, escribe:

«...fue su divina Majestad servido de darnos el remedio para el reparo de tantos trabajos, enviándonos a aquel bendito varón Juan de Dios, hombre santo, justo y temeroso de su ley, como lo mostró en todo el discurso de su vida santa y limpia por obras que hizo, y aquella caridad encendida que abrasaba su corazón para con los pobres enfermos y afligidos y necesitados, el cual no sin inspiración divina fue el primer autor y principio de vuestra regla e instituto, y de la fundación de este vuestro hospital, obra sancta y admirable adonde tan cristianamente estáis ocupados en prosecución de la obra comenzada por vuestro primero fundador (...) no con pequeño trabajo y riesgo de vuestra salud y vida, gastándolas asimismo con mucha caridad, legalidad y prudencia, en la cura, servicio y regalo de tanta muchedumbre de pobres que, afligidos de varias y diversas enfermedades, acuden a esa vuestra casa para buscar el remedio y reparo de su salud corporal y espiritual, con los cuales usáis de aquella caridad y misericordia

(74) Const. 1585, *op. cit.*, págs. 9-10.

que legítimamente heredasteis de aquel santo fundador» (74).

Tanto en la biografía de Castro como en el Proceso de beatificación y en las declaraciones del Pleito del Hospital de Juan de Dios con los Jerónimos, se habla de varios compañeros de Juan de Dios que vivían con él en el hospital, servían a los enfermos y salían a pedir limosna, como hacía el Santo. No se aclaran los autores ni en los nombres ni en el número. Me voy a limitar a recordar a los que la Orden considera los dos primeros y, como tales, cofundadores con Juan de Dios. Son Antón Martín y Pedro Velasco, sin extenderme en detalles, pues el caso merecería un trabajo completo.

La presencia de Antón Martín y Pedro Velasco en el hospital de Juan de Dios no se debió, al menos en principio, a un deseo de imitarlo, fruto de la admiración hacia su persona y de la atracción que despertaba la misión de caridad que realizaba. Lo conocían, sin duda. En los años 1540-1541, nadie ignoraba en Granada quién era Juan de Dios. Por otra parte, los dos habían tenido oportunidad de encontrarse con él. Antón Martín a las puertas de los prostíbulos que Juan de Dios visitaba para hacer apostolado y pedir limosna. Antón Martín había dejado su trabajo de aduanero en las costas levantinas para ocuparse en Granada del pleito contra Pedro Velasco, que había asesinado a su hermano. No tenía dinero con que promover la causa y lo conseguía dedicándose al triste oficio de «rufián». Pedro Velasco estaba en la cárcel, lugar al que acudía Juan de Dios para visitar y ayudar a los encarcelados. Con ambos habría hablado y a ambos habría aconsejado. Antón Martín consiguió que Pedro Velasco fuera condenado a muerte. Juan de Dios se hizo el encontradizo con él; hincado de rodillas le presentó el crucifijo que siempre llevaba y le re-

convino sobre la necesidad de perdonar si deseaba un día ser perdonado por Dios. Lo refieren así los testigos, seguramente resumiendo mucho toda una serie de conversaciones, luchas y titubeos. La verdad es que Antón Martín perdonó a Pedro Velasco y éste fue puesto en libertad. Días más tarde, ambos pidieron ser admitidos por Juan de Dios para acompañarlo en su misión de caridad.

Este hecho de la vida de Juan pone bien de manifiesto la capacidad de «hermanar» que el Señor le concedió. Amado y reconciliado, el amor misericordioso del Padre lo constituyó ministro de amor y reconciliación. Hasta el punto de que dos enemigos a muerte son los primeros Hermanos, así con mayúscula, de su naciente instituto. La transformación fue radical. Ambos dieron testimonio de ello con su entrega a los pobres y enfermos, sin dejarse condicionar por lo que la gente de Granada, que conocía muy bien su pasado, pudiera pensar. Antón Martín fue el hombre de confianza de Juan de Dios. Cuando se ausentaba de Granada para pedir por tierras de Andalucía, Extremadura y Castilla, él quedaba al frente del Hospital.

Antón Martín está junto al lecho de Juan de Dios.

«Agravándosele más la enfermedad a loan de Dios, recibió el sacramento de la penitencia (aunque muy a menudo lo hacía siempre) y trajéronle a nuestro Señor y adorólo, porque la enfermedad no daba lugar a recibirlo, y llamando a su compañero Antón Martín, encargándole mucho los pobres y los huérfanos y los vergonzantes, amonestándole lo que había de hacer con muy santas palabras» (75).

(75) CASTRO, *op. cit.*, pág. 94.

Ahora ya puede partir en paz. Ya nada le inquieta ni le preocupa. Pide que le dejen solo. Se levantó del lecho, se hincó de rodillas, tomó en sus manos el crucifijo y, en oración, de rodillas ante su Señor, como había vivido desde su conversión, entregó su vida en las manos del Padre. Así, de rodillas, lo encontraron más tarde. Era el 8 de marzo de 1550.

La semilla de su amor solidario creció pujante. Hoy sigue dando frutos de amor misericordioso en casi trescientos Hospitales y Centros de Salud, a favor de miles y miles de hombres y mujeres que, además de una asistencia técnica acorde con los avances de la Medicina y de la Asistencia Social, sienten vivo el espíritu de Juan de Dios, cuyo estilo de servicio hacen presente los aproximadamente 1500 Hermanos de la Orden y más de sesenta mil colaboradores (profesionales de la Salud y de la Asistencia y voluntarios), en Hospitales generales, Centros para enfermos mentales, de Educación especial para discapacitados físicos y psíquicos, Albergues para transeúntes, Hospitales de día y de Asistencia primaria..., con estructuras y medios científico-técnicos avanzados unos, y otros con las posibilidades del lugar, en los cinco continentes.

Juan de Dios sigue vivo en el mundo de hoy, porque su amor solidario no pasa nunca. Al contrario, se va difundiendo y contagiando, manifestándose con formas y medios diferentes a los que él pudo utilizar. Él abrió caminos de creatividad para vivir el amor cristiano en el servicio a los enfermos y a los pobres. A nosotros, hombres y mujeres del siglo XXI, sobre todo a los creyentes en Cristo Jesús, nos corresponde recorrer esos caminos y abrir otros, para que toda persona pueda disfrutar de los bienes que el Creador ha dispuesto para todos. Juan de Dios fue capaz de poner en marcha un estilo de humanización del hospital y del servicio. El gran reto que su en-

trega hace hoy a los profesionales del Mundo de la Salud y de la Asistencia es desarrollar y manifestar nuestra capacidad de amar, de escuchar, de acoger a quien sufre, dándole espacio en el corazón, para infundir alma en la ciencia y en la técnica, de manera que los enfermos y los pobres se sientan personas.

ÚLTIMOS TÍTULOS PUBLICADOS

	EUROS
N.º 82 El hambre en el mundo (a partir del documento de «Cor Unum»)	9,61
(Abril-junio 1997)	
N.º 83 Problemas nuevos del trabajo	9,61
(Julio-septiembre 1997)	
N.º 84 Cáritas en la vida de la Iglesia (Memoria-presencia-profecía). (Actas de las XII Jornadas de Teología) ...	9,61
(Octubre-diciembre 1997)	
N.º 85 Preparando el Tercer Milenio. El Espíritu, alma de la pastoral de la Caridad	9,61
(Enero-marzo 1998)	
N.º 86 La acción socio-caritativa y el laicado	9,61
(Abril-junio 1998)	
N.º 87 La enseñanza y la formación en la Doctrina Social de la Iglesia (Seminario de expertos y docentes en la Doctrina Social de la Iglesia	9,61
(Julio-septiembre 1998)	
N.º 88 Universalización de los Derechos Humanos. Exigencias desde la caridad	9,61
(Octubre-diciembre 1998)	
N.º 89 Preparando el Tercer Milenio: El Padre, fundamento de la Pastoral de la Caridad	9,61
(Enero-marzo 1999)	
N.º 90 Hijos de un mismo Padre. Cáritas: Compromiso de Fraternidad en la Comunidad Cristiana	9,91
(Abril-junio 1999)	
N.ºs 91-92 La deuda internacional, responsabilidad de todos. (IX Curso de Formación de Doctrina Social de la Iglesia)	12,02
(Julio-diciembre 1999)	
N.º 93 Comentarios al Documento «Reflexión sobre la identidad de Cáritas»	9,91
(Enero-marzo 2000)	
N.º 94 La Trinidad	9,91
(Abril-junio 2000)	
N.º 95 Cuestiones actuales de Teología de la Caridad.....	9,91
(Julio-septiembre 2000)	

	EUROS
N.º 96 La economía mundial. Desafíos y contribuciones éticas	9,91
(Octubre-diciembre 2000)	
N.os 97-98 Por una pastoral de justicia y libertad. VI Congreso Nacional de Pastoral Penitenciaria (Enero-junio 2001)	13,22
N.º 99 La Acción Caritativa y Social de la Iglesia. Del dicho al hecho	10,16
(Julio-septiembre 2001)	
N.º 100 Teología de la caridad: cien números de CO-RINTIOS XIII	10,16
(Octubre-diciembre 2001)	
N.º 101 Retos y caminos de actuación ante la problemática social de la España actual. XI Curso de Formación de Doctrina Social de la Iglesia.....	10,46
(Enero-marzo 2002)	
N.º 102 Inmigrantes: Vivencias, reflexión y experiencias. XIII Jornadas sobre Teología de la Caridad (Abril-junio 2002)	10,46
N.os 103-104 Migraciones, pluralismo social e interculturalidad. Retos para la Doctrina Social de la Iglesia	10,46
(Julio-diciembre 2002)	
N.º 105 Coordinación de la acción caritativa y social de la Iglesia. Encuentro Nacional de delegados episcopales y responsables de la acción caritativa y social en la diócesis	10,82
(Enero-marzo 2003)	
N.º 106 Una nueva imaginación de la caridad	10,82
(Abril-junio 2003)	
N.os 107-108 Desarrollo de los pueblos y caridad	14,40
(Julio-diciembre 2003)	
N.º 109 Modelo de vida: consumo, consumismo y caridad	10,82
(Enero-marzo 2004)	

PRÓXIMO TÍTULO

N.º 110 Cultura de la solidaridad y caridad política	10,82
(Abril-junio 2004)	

CORINTIOS XIII

revista de ecología y pastoral de la caridad

Apellidos

Nombre

Dirección

Población

C.P.

Deseo suscribirme por un año a la revista trimestral **Corintios XIII**. Importe anual **28,38 euros**.

FORMA DE PAGO:

- Talón bancario adjunto a nombre de **CÁRITAS ESPAÑOLA**.
- Giro postal núm. a nombre de **CÁRITAS ESPAÑOLA**.
- Orden de pago por domiciliación bancaria.

ORDEN DE PAGO POR DOMICILIACIÓN BANCARIA

Revista/Publicación

Nombre del Banco

Dirección Código Postal

Población Provincia

* N.º de entidad (4 dígitos): |_|_|_|

* N.º de sucursal (4 dígitos): |_|_|_|

* Dígito control (2 dígitos): |_|

* N.º de cuenta (10 dígitos): |_|_|_|_|_|_|_|_|_|

Nombre del titular de la cuenta

Ruego a ustedes se sirvan tomar nota de que hasta nuevo aviso deberán adeudar en mi cuenta con esa cantidad el recibo que anualmente y a nombre de

les sea presentado por Cáritas Española.

Atentamente
(firma del titular)

NOTA: **Los conceptos marcados con asterisco son imprescindibles para la domiciliación.**