

# CAPITALISMO, UNA NUEVA RELIGIÓN

## Fabián Rodríguez Nieto

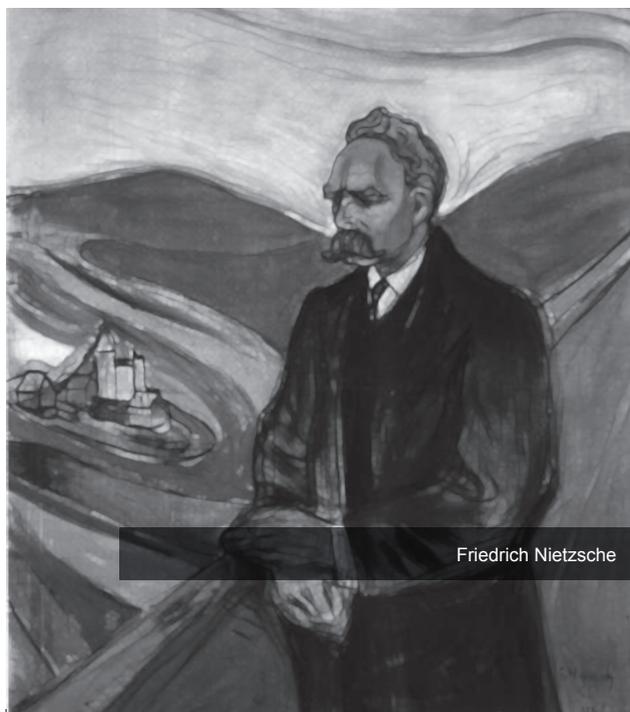
### *Los maestros de la duda y su fracaso*

Marx, Nietzsche y Freud, tres nombres que resultaron fatídicos para el siglo XX y que por lo demás quedaron grabados en la mente de aquellos que les prestaron atención, recordados como hombres que “profanaron”,<sup>1</sup> cual Prometeo con el fuego, ellos hicieron lo propio con la razón, la moral y, en suma, de lo absoluto y lo trascendental, bien como Dios y bien como la Idea, que sólo podía ser alcanzado con una fe virgen o por la razón pura. Y qué más daba que estuvieran ahí, para qué molestar lo que hasta ese momento había ido sin contratiempo. Pero ése fue el contratiempo precisamente, que las cosas no iban tan bien, porque no era Dios al que se buscaba, era el hombre mismo el que estaba perdido, tan perdido que no vio que se tenía justo en sí mismo.

El siglo de las profanaciones sólo fue el preámbulo para el siglo de las decepciones, el hombre era lo único que había ahí, no había nada fuera de este mundo y si lo había qué importaba porque era improbable; y

<sup>1</sup> Agamben, *Profanaciones*, p. 97. El sentido de profanar en Agamben es el de privar lo sagrado de su carácter metafísico al entrar en contacto con el hombre, siendo restituido al uso de manera libre, borrando con ello la línea divisoria entre lo divino y lo humano y “jugando” con lo sagrado. Al momento en que el trío “toca” la metafísica, le quitan su halo de inaccesibilidad óptica.

los tres profanadores se dieron cuenta de ello, hicieron del hombre el problema central y, de su búsqueda de sentido, su principal estudio. Esa ominosa carga metafísica pasa a ser algo netamente humano, cognoscible, y de este mundo, del aquí y el ahora, de la fuerza de la voluntad, de la historia y la angustia económica, del apetito sexual y le seguirían otros más, como Heidegger y su *Da-sein*, Derrida y su presencia oculta, la hermenéutica de Gadamer, Foucault y las unidades discursivas, los posmodernos y su constante deconstrucción, etc. Ya no se busca lo absoluto, se quiere fijar la vista en la vida terrenal, en lo que es propio de los humanos, que es precisamente el ser humano en lo contingente, en lo irracional de su vitalidad.



Friedrich Nietzsche

Nietzsche fue el que expresó de manera más precisa la necesidad de la muerte de Dios, en el sentido de eliminar la dualidad, marcada por Platón, de un mundo trascendental y un mundo contingente, que oponían a Dios y al hombre, individuo concreto contra la esencia genérica, de la metafísica, como una totalidad última e irreductible, con carácter ontológico.

Reta cualquier verdad absoluta que no es más que una cuestión moral y negación de la contingencia del humano. De tal suerte que no hay otra salida, más que el individuo que acepta estoicamente la nada y hace una afirmación de voluntad emancipadora, ha de buscarse su propio sentido de la vida en lo que le es dado conocer, sabiendo que su conocimiento es proyectivo y que sólo hace una hermenéutica. Es pues el individuo aristócrata, “el niño”, y, en suma, la creatividad expresada en lo estético de la existencia de la vida despojándose de las convicciones y convenciones histórico-sociales-culturales.

Sin embargo, ése fue su principal error, haber puesto en un pedestal al individuo y su fuerza de voluntad, olvidó ante todo que el hombre aparte de ser un yo, también es un yo entre otros yo. Por su lado, la voluntad es el antecedente para otro de los grandes azotes del siglo XX y el inicio del XXI, ya que en el planteamiento de Nietzsche encaja de maravilla el capitalismo, como la división del aristócrata y el esclavo; éste es el antecedente más próximo del capitalismo que alza un nuevo Dios, una verdad única y universal.



Antes de avanzar más, me detendré unos instantes para analizar el consumismo en su misma cuna.

*Y el hombre dijo: hágase la máquina...*

El consumismo es una consecuencia directa del liberalismo, en el cual se establece una jerarquía vertical, estando a la cabeza un reducido número de personas encargadas de dirigir aquellos emporios comerciales que día a día pugnan por encontrar mercado a sus productos mediante la propaganda excesiva, que llega a lo más recóndito del inconsciente del ser humano, apoyada por esquemas de vida “idóneos” y deseables. Todo se reduce a crear una necesidad imperiosa en el hombre para obtener mediante el dinero, el artículo y el estilo de vida deseados. A fin de cuentas, el artículo a consumir no representa una necesidad básica, pero la satisfacción de los deseos produce placer y, en consecuencia, felicidad, “estamos más enamorados del deseo que de lo deseado”, ya adelantaba Nietzsche.

Así, la felicidad humana como meta máxima no consiste del todo en el desarrollo de la creatividad humana o de una evolución del espíritu dinámico del hombre, sino en la posesión o, mejor dicho, en el consumo de la mayor cantidad de objetos que producen placer, y en especial las máquinas.<sup>2</sup>

El origen de este fenómeno tiene sus raíces en la Revolución industrial y en la expansión

de las ideas ilustradas a partir de la segunda mitad del siglo XVIII, recibidas y desarrolladas con beneplácito por la clase burguesa, a la cual estaban dirigidas estas innovaciones tanto intelectuales como económicas.

En primer lugar, las innovaciones de la Revolución industrial, en especial la máquina de vapor, permitieron lo que antes era imposible: excedentes, acumulación de capital y, sobre todo, dominio sobre la naturaleza. La introducción de las máquinas, que trabajaban con energía resultante ya no del esfuerzo humano, sino del vapor y de un proceso mecánico permitían reducir el trabajo y producir con mayor rapidez lo que antes era conseguido por los avatares de la naturaleza, o bien, por el esfuerzo humano aplicado en el trabajo artesanal y corporativo. Asimismo, la clase burguesa, que en su mayoría mantenía su estatus del comercio y de talleres artesanales, obtuvo un gran impulso económico con la introducción de estas innovaciones, y con el paso del tiempo se derivaron en el establecimiento de pequeñas fábricas que aumentaron la producción, con una ganancia mayor en un menor tiempo.

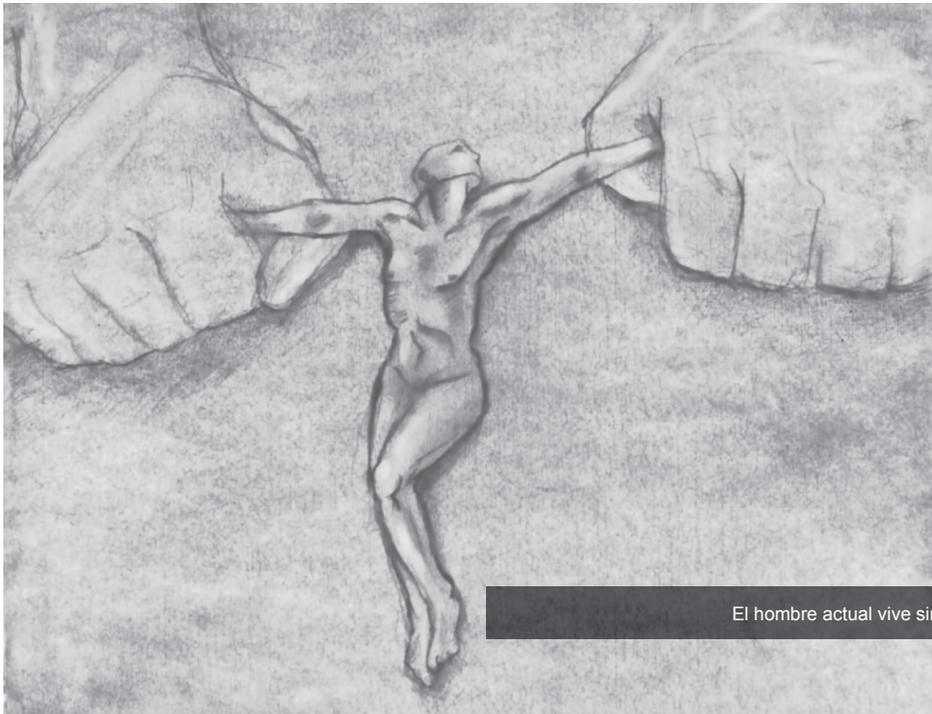
Las ideas ilustradas y el imperio de la razón (Kant) fueron el segundo factor que permitieron, en la segunda mitad del siglo XIX, el desarrollo como estrato social a la burguesía (precursores del patrón y de los capitalistas del siglo XX). Con la deposición de los privilegios de los nobles y del predominio de la Iglesia, la burguesía se posicionó en una situación ventajosa que le

<sup>2</sup> Fromm, *¿Tener o Ser?*, pp. 27-29.

permitió acceder a puestos importantes en el Estado, y en adelante fungieron como los protectores de las nuevas pautas morales que rigieron el comportamiento de la sociedad. Por otro lado, introducen la teoría del liberalismo económico, para dejar de lado la intervención del Estado en asuntos económicos de particulares (éste fue el antecedente del consumismo).

Este proceso desembocó en la industrialización de las urbes europeas, en especial las inglesas, a principios del siglo XIX, y la creación de grandes sectores industriales en los cuales se concentraban las fábricas. Con ello, se le dio un nuevo aspecto y una nueva definición a la ciudad: los rieles inunda-

ban el paisaje urbano; las materias primas circulaban de un lugar a otro; y los flujos humanos tenían un devenir casi mecánico en una ruta preestablecida, de la fábrica a las zonas habitacionales, contiguas a la primera para contar de una manera permanente con la mano de obra. En sí mismas, estas zonas habitacionales formaron un pequeño núcleo de ebullición humana, donde la vida se regía por ciertos patrones de conducta ya determinados. Todo lo anterior, dentro de la urbe moderna, vio nacer una nueva clase: el obrero —y que por lo demás se puede encontrar una buena imagen de la distopía creada en la película “Metrópolis” de Fritz Lang—.



El hombre actual vive sin Dios

### *El obrero y la nueva ética*

En esta misma dinámica, una de las consecuencias de la industrialización de las ciudades inglesas y, posteriormente, de las urbes de Europa, fue la atracción de un gran número de humanos alentados por el ideal de progreso, pues emigraron a los nuevos focos urbanos para ser contratados en los centros industrializados; de este manera, dejaban las actividades del campo o bien de los sectores productivos que aún funcionaban en talleres artesanales, con el fin de ingresar en el nuevo sistema de vida, mostrado como muy atractivo por las posibles opciones de desarrollo que les prometían a los obreros. La nueva clase se nutrió no sólo de campesinos y de empleados artesanales, pues la mayoría de las personas que vivían en la miseria dentro de las ciudades también se vieron atraídas por las fábricas bajo la promesa de un progreso en su condición de vida; éste fue el espíritu en boga de la época en el mundo occidental.

El obrero fue el pilar de lo que algunos sociólogos llaman el sistema fabril de finales del siglo XIX y principios del XX. Con base en las afirmaciones de pensadores de siglos anteriores, como Francis Bacon, Descartes o Diderot, que planteaban el dominio del hombre sobre la naturaleza, se ideó una nueva ética: la ética del trabajo.<sup>3</sup> Esta ética dejaba de lado el apego sentimental que el obrero podía sentir por su creación y, en

consecuencia, le era impersonal, ambigua y casi carente de sentido. El propósito era crear obreros que produjeran eficientemente un bien y que los números de producción del mismo fueran altos para crear excedente y, en último término, ganancias para el patrón burgués, sin importar la explotación de los recursos naturales que a fin de cuentas estaba para servir al hombre por mediación de los obreros.

De este modo, pierden sentido dos factores que a lo largo de los siglos habían tenido un lugar específico dentro de las relaciones económicas y de la moral de las personas; por un lado, el trabajador y toda la amalgama de valores implícitos al trabajo; y por el otro, la naturaleza, que ya no era un elemento misterioso y ajeno a la voluntad humana, la ética del trabajo y la idea de progreso menoscabaron todo el significado de lo que era la naturaleza, pues se convirtieron en un medio y en una especie de esclavo más a los ojos de los patrones y de la sociedad occidental. Aunque en eso no terminó la ética del trabajo en sí, su objeto era tener un control total de la vida del trabajador, es por ello que se crearon los conjuntos habitacionales que agrupaban a los obreros, pues dentro de ellos se ofrecían ciertos servicios como la educación para los hijos de los obreros, con finalidad de inculcar la nueva ética desde temprana edad.

<sup>3</sup> Bauman, *Trabajo*, p. 22.

“Todo” al alcance de “todos”

Cabe aclarar que a estas alturas, es decir, en la segunda mitad del siglo XIX, el consumismo aún no era planteado de la manera como lo conocemos hoy en día, pues los obreros aún no eran los clientes en potencia de las mercancías que ellos mismos producían y los costos de éstas aún eran elevados para la clase obrera que, sumida en la miseria y la sobreexplotación, no contaba con los recursos suficientes. En contrapartida al patrón, la nueva faceta del burgués, salida del siglo de las revoluciones, no tenía los elementos teóricos ni prácticos para abrir un mercado a sus obreros.

Lo anterior cambiaría con las aportaciones a la industria por parte de Frederick Winslow Taylor, impactando con la idea de la organización científica del trabajo en el sector industrial de finales del siglo XIX. Esta aportación se dividió en dos planteamientos, que a la larga dieron las bases para el surgimiento del consumismo, a saber: la producción en cadena y el aumento de salario a los obreros según su capacidad. El primero se refería a los tiempos que costaba finalizar un bien, los métodos y herramientas, los números de producción y, por último, el estudio del mercado al cual iba dirigido el artículo. En segundo lugar, propuso el aumento del salario y la división del trabajo de los obreros para que alcanzaran un mejor nivel de vida y trabajaran con mayor eficiencia.

Pero estos planteamientos no serían aplicados sino hasta principios del siglo XX, cuando Ford, perfeccionando la teoría de Taylor, abrió la producción en masa de su automóvil Ford modelo T, que llegó a producir 300 mil vehículos al año, una cantidad poco convencional para la época.<sup>4</sup> Fue cuando concibió la idea de abrir el mercado ya no sólo a ciertos grupos sociales, sino a sus trabajadores que serían sus nuevos clientes; por lo anterior, aumentó su salario e hizo campañas publicitarias que buscaban crear la necesidad de obtener un automóvil.

De este modo inicia, curiosamente en Estados Unidos, la época del consumismo reflejado en el *american way of life*, ya que la industria pasó a poseer a sus empleados como clientes en un círculo vicioso de producción y compra. También empieza la era del *marketing*, aliado con la industria y los señores del dinero, que iniciaron la venta de objetos “necesarios” para la vida cotidiana y que tanto dio de qué hablar en los años veinte.

Una consecuencia de este fenómeno fue la constante secularización de la sociedad, que progresivamente desmitificaba la religión judeo-cristiana para pasar a un Estado que se consideraba superior: el imperio de la razón pura; o mejor dicho, el *cogito* cartesiano, que, de igual manera que su predecesor, imponía un nuevo absoluto en la vida humana.

4 Jiménez, Isidro, “El artesano”.

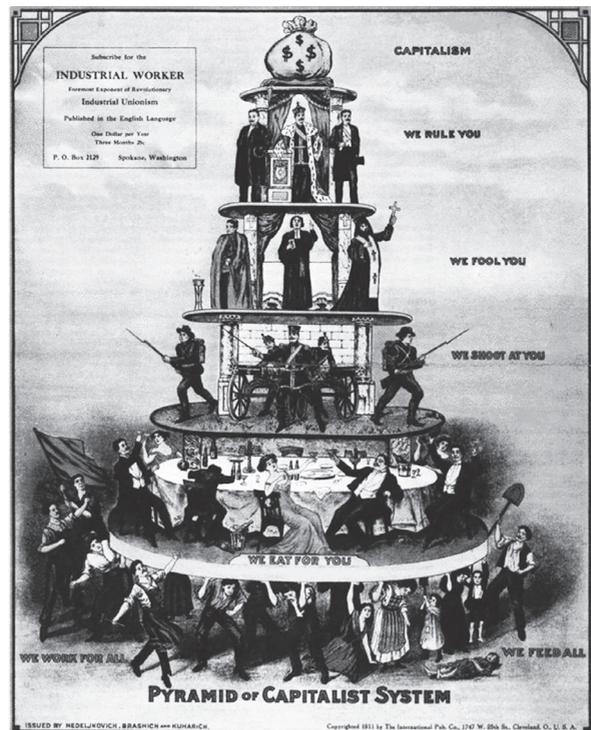
### La secularización de Dios

El problema de un absoluto (moral, religioso, estético, científico) es que siempre es enajenante, pues se sustrae de una esfera aparte de lo que le es propio a los humanos. Un *a priori*, ése es el axioma de la metafísica y de ese supuesto se inicia la búsqueda de un sentido, y por su carácter ontológico es globalizante. Así pues, vemos siempre tan arriba buscando las esencias “perdidas” y las falseamos estableciendo principios y causas primeras, que en efecto nos perdemos a nosotros mismos y a nuestro entorno tan dinámico, que incluso puede dejar de serlo.

En la actualidad, ese *a priori* es el capitalismo como el estructurador moral (en el sentido de una balanza del bien y del mal, los no alineados como malos y los capitalistas como los buenos; y a nivel social los pobres, o bien, el “otro” opuesto al “nosotros” occidental), creador de las nuevas verdades universales, básicamente occidentales, impuestas a todo mundo mediante la economía y la política.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Max Weber, en su obra *La ética protestante y el espíritu del Capitalismo*, ya nos daba una amplia explicación de este fenómeno, heredando algunas de las observaciones incompletas de Marx que no contempló la religión y la ideología más que como un epifenómeno carente de mucha relevancia, poniendo todo su interés en la infraestructura económica a lo largo de su obra *El Capital* y que más tarde serían corregidas por Engels. Por su parte, la escuela de Frankfurt hizo lo propio al resaltar los mitos sobre los cuales se levantaba el espíritu occidental, que buscaba ser hegemónico; Levy Strauss también puso de manifiesto que posteriormente a la muerte de Dios, se erigió un humanismo que entregó al hombre occidental en condición de servidumbre consumista, con una justificación moral y religiosa heredada por el positivismo, el mundo, llevando a la inanición a especies animales y culturas por igual, y todo en nombre de un humanismo arquetípicamente occidental. Véase Strauss, *Antropología*, pp. 31-33.

Ahora bien, partamos de la idea de que Dios no ha muerto y que la enfermedad que Nietzsche profetizara como nihilismo afecta a Occidente y se expande por todo el globo, esto quiere decir, precisamente, que Occidente no eliminó del todo a Dios. No a nivel científico, donde en efecto Dios ha muerto, sino en la fundamentación de la vida humana y la constante búsqueda de sentido. Esta esfera se ha demostrado, especialmente, dura de pelar.



El capitalismo piramidal

El problema, entonces, es que el capitalismo abstrae del orbe humano el sentido que Nietzsche, Marx y Freud buscaban, esencialmente, en el humano mismo. Esas potencias creadoras que le fueron arrebatadas a la metafísica (moral, religión y razón absoluta) rápidamente cayeron en posesión de otro Dios aún antes de que pudieran ser restituidas al hombre, se le arrebató lo que tal vez pudo haber sido usado y transformado en un juguete (es decir, en un objeto donde recayese la espontaneidad creadora e imaginativa del hombre); y en su lugar sólo quedó un ser sin ser, o mejor dicho un anti-ser (nihilismo negativo en Heidegger). Con ello no me encamino a un disparate, ni a una contradicción al afirmar que Dios no ha muerto; bien se me puede cuestionar lo anterior. Lo que trato de explicar es que la búsqueda de sentido en un “ser” (Dios, causa primera, ente superior, genio, etc.), separado por el teísmo filosófico del “mundo como *praxis*” o bien por el historicismo, continúa hasta nuestras fechas con dos derivados del capitalismo como nueva religión: el consumismo y el espectáculo.

Antes de avanzar más en la cuestión del consumismo y del espectáculo sería pertinente que señale algunas similitudes entre el capitalismo y el ideal metafísico al momento de buscar el sentido de la vida. No es coincidencia que tanto el capitalismo como la religión de la tradición metafísica (el Dios judeo-cristiano, la razón pura, etc.) sean tan parecidos a la hora de “montar” una estruc-

tura en el sentido del hombre: aquel universal, indefinible y que por lo demás escapa a toda percepción humana.<sup>6</sup> De igual manera, se puede constatar una división en dos partes: con Dios de la tradición, había un mito fundador al igual que un ritual, del cual se deriva una moral y una concepción del mundo específica y poco abierta. Por su parte, el capitalismo tiene el espectáculo que es su mito fundador y el consumismo que es su ritual, el culto que se mantiene perpetuamente sin descanso; no sobra decir que a partir de este mito con su rito se deriva una moral y una consecuente concepción del mundo poco abierta. Lo claro es que en las dos impera la promesa de que en el respectivo Dios se encuentra el fin último, en ambos casos se emana un sentido o al menos eso se cree. No obstante, no es más que la búsqueda de fantasmas emanados de la total negación de este mundo, de la persecución de un fin puesto en un futuro inalcanzable que librerá al ser humano de todo malestar mundano y que lo sumirá en la más pura ataraxia, cual perro que caza su propia cola.

Ahora bien, tanto el consumismo como el espectáculo buscan dotar al hombre de sentido, de una asidera que le permita estar de manera precaria en el mundo, y que le prometa un sorbo de eternidad. El problema es que esa asidera está situada fuera de todo alcance, así lo ha establecido el espectáculo y el consumismo; el punto es llegar a

<sup>6</sup> Heidegger, *Ser*, p. 12.

esa asidera de eterno placer hedonista. Con esos argumentos, por fin se ha mostrado el Dios del capitalismo: el placer hedonista, el éxtasis orgásmico eterno, es la meta que nunca llega y nunca llegará, por eso la búsqueda de sentido que se encamina hacia ese Dios, que está condenada antes de haber iniciado. No es sólo que no se pueda cumplir, sino que es imposible.

De momento analicemos el espectáculo, su función primaria es separar todo de la esfera de la *praxis*, todo lo que se muestra en el espectáculo es sólo un ideal, un arquetipo inalcanzable, que busca entretener por unos segundos para después caer en el olvido y fundirse en la nada. Todo se adscribe al espectáculo, separado de la esfera de la *praxis*, puesto en el altar de la exhibición tan ostentosamente adornado que no se puede tocar, lo más sarcástico, la burla máxima del capitalismo es que a pesar de que el espectáculo pone en un altar también da la promesa de que “cualquiera” que así lo desee podrá reproducir, poseer, sentir, usar, etc. lo mostrado. Sin más, el espectáculo crea, en primer lugar, el deseo y, en segundo, el olvido, ya que lo deseado es rápidamente sustituido por otro deseo, así el hombre queda sin la menor capacidad de retención pero siempre anhelando, aun a costa de que arda el mundo.

Con algunos cuantos ardidés publicitarios, el espectáculo crea su propio mundo onírico, donde la mediación del dinero, cual oración del fiel, abre el imposible a un impotente fiel de recrear y de “vivir” los place-

res benditos, sencillamente porque siempre hay lo novedoso, todo aquello que desplace lo viejo sin llegar nunca a una plena asimilación. El que es dominado por el espectáculo realmente jamás llega a vivir, ya que todo está colocado fuera de su esfera de *praxis*, pues nunca llega a experimentar ese placer que busca entrando en un estado de autoengaño y frustración constante. Su intento de llegar a esa promesa fatal le constriñe a ser inmune ante la situación que le rodea. En las grandes urbes, o bien, en las urbes latinoamericanas, por poner un ejemplo conocido, convive entre carteles y bombardeo mediático que han alineado su vida al espectáculo, que es una minoría, y una gran mayoría que ha sido excluida del poder, pero que ambiciona entrar en el Edén.

De momento sólo tenemos la mitad del problema, el siguiente paso del que participa el sermón es el ritual que le acompaña. El consumo es donde se trata de adquirir, con base en oraciones, (la más conocida es el padre dólar, o bien el ave Euro, claro que podemos disfrutar de unos mantras orientales como el *om Yen* que sirven al propósito) lo que el espectáculo promete: poder adquirir prácticamente todo. Pero he aquí el engaño, el efecto del consumo es que una vez adquirido el pedazo de éxtasis, es destruido y sólo en su destrucción puede haber placer, aquí no se *usan* las cosas, no se experimentan, no hay *praxis* posible. El momento del consumo es el clímax, como en el orgasmo es efímero, porque la redención

que el espectáculo promete con el consumo siempre está puesta a futuro, o bien, en el pasado; es decir, como expectativa o como recuerdo que impulsa a nuevas experiencias, pero bajo ninguna circunstancia está en el *presente*, pues pone en vilo la capacidad humana para vivir, y sólo adquiere placer aquel que pueda mantenerse en la “dinámica” del consumo y del espectáculo: consumir siempre, consumir la novedad, consumir hasta acabar con todo, consumir más que los demás. Sumido en pequeños

instantes de placer que bajo la suposición cuantitativa se busca acumularlos.

*Ergo*, consumo para existir; claro, existir precariamente, como el que se ha perdido en el desierto y ve espejismos tentadores pero falsos. Consumir, por lo tanto, extrae cualquier cosa fuera del mundo, no hay esperanza de uso alguno, entendido como el mantenerlo ahí indefinidamente para que sea un fin, y que no sea solamente un medio. Todo objeto de consumo es ante todo un *medio* y como tal debe ser entregado a la



Publicidad capitalista



inexistencia tan pronto como sea posible, y con un salto acrobático tratar de llegar a la prometida satisfacción que exhibe el espectáculo. Al igual que antaño, el ser sumiso ante la ley de Dios era un medio terrenal a fin de poseer un lugar en el paraíso, he aquí la patraña de la teodicea, así el consumo como medio.

#### *La moral del consumo y del espectáculo*

Dualidades malditas que emanan de una pseudoverdad, así es hasta la fecha. El capitalismo (espectáculo-consumo) establece obviamente una norma de comportamiento para separar lo bueno de lo malo, para llegar a la promesa última: el olvido de la muerte y del “otro”; sólo el que es capaz de mantenerse en la dinámica del consumo y que tiene los medios para allegarse un poco de redención es el bueno, todos los demás son parias y escorias dignos de la indiferencia más grande. Es la moral de desprecio al “otro”; el “otro” como todo aquel que por diversas razones no puede entrar en ese esquema de consumo, o bien, los que en su momento estuvieron envueltos en él pero que el mismo ritmo del capital les dejó sin sustento consumista.

Es la moral del bueno como “el que más tiene”; no es gratuito que al extranjero del tan estúpidamente llamado tercer mundo se le desprecie siempre, y esto, sobre todo, se debe a una total incomprensión, ya que si el otro tiene que moverse es precisamente porque la dinámica de la religión capitalista aca-

para los recursos de los países que no han podido alinearse al “eje democrático”, ya que bajo la premisa capitalista no cabe más remedio que ceder o morir; el otro en su estado de incomprendido tiende por adoptar, de manera maniquea, los postulados capitalistas occidentales y el que en definitiva no puede, se le somete a una inanición inexpugnable.

En esta dinámica, el habitante “bueno” capitalista puede viajar a cualquier parte del mundo para satisfacer su hambre de novedad, pero al viajar sólo se dedica a darse gusto en su consumo, no vive el lugar realmente, no hace el esfuerzo por ver que más allá de los lugares turísticos y de consumo, sólo necesita “existencias”.

La última promesa que da el capitalismo es la constate evasión de la muerte o al menos la ilusión de una inmortalidad que se acumula mediante los placeres que da el consumo y el espectáculo; la exposición del propio bien material genera un estado de superioridad, cual si se fuese un semidiós, un estado divinizante, un sopor de éxtasis frívolo ante la muerte; es pues la no resignación a lo contingente de la vida, a la asimilación del acontecimiento y a la plena vida. El que consume lo hace necesariamente para no morir él mismo, aun cuando el mundo alrededor muera, no es ni siquiera el desprecio por la muerte, de ser así el mundo sería otro, sino la total negación de la muerte.

Así, la verdad del capitalismo se ha vuelto el absoluto total, no caben otros modelos de

interpretación; es decir, en cuanto hay una hermenéutica diferente, pasa desapercibida. El capitalismo como Dios es tan terrible que terminará por consumir a sus mismos adoradores, por destruir a aquellos que no se someten y, sobre todo, al planeta mismo que en el afán del consumo, en la desesperación de encontrar un alivio en la destrucción, será la última ofrenda.

#### *Una posible solución para matar a Dios*

Decir que todo está perdido sería caer precisamente en la dinámica del capitalismo y la desesperación que genera; tampoco es volver a la ilusión de la Ilustración, qué paradójico enunciado. No es plantear un nuevo inicio, pero la mejor manera de hacerlo es partir de que no hay verdad absoluta (como lo pretende la metafísica), sino que hay fragmentos de verdad: la posible solución sería seguir la línea de Popper, plantearnos que cada “verdad” individual tiene su refutación con otra. La verdad absoluta no es una cosa que sea posible, lo que es posible es el diálogo entre las distintas “verdades”, un concordato, o mejor dicho, una ética multicultural. Supongamos que tal pensamiento no es utópico, como posiblemente muchos lo vean, sino viable sólo en la medida en que la gente se preste a escuchar al otro y se dejen las políticas totalitarias y, por supuesto, la búsqueda de sentido en una verdad globalizante. Lo que se tiene que buscar entonces no son conceptos esenciales de los que se parta para una búsqueda de sentido hegemónica;

es decir, aceptar la hermenéutica (qué razón tenían los nominalistas medievales).

La pregunta de cómo eliminar al Dios capitalista debe ser central en nuestros días, ya que descubrimos que no hay más que posturas mejorables. Es deseable no preguntar más por qué es la plenitud vital y el sentido del hombre; lo que hay que hacer es una *praxis* de ello, en la medida en que cada ser humano tenga el estómago lleno y se le pueda respetar aceptándolo por lo que es: indio lacandón, inca, tutsi, palestino. Debemos asumir una actitud abierta y de ética con la naturaleza misma, y podremos lograr un equilibrio con ella y dejar de lado la sumisión a la que la sometió el cientifismo positivista de los pasados dos siglos.

#### *Bibliografía*

- Agamben, Giorgio, *Profanaciones*, Adriana Hidalgo Editora, Buenos Aires, 2005.
- Bauman, Zygmunt, *Trabajo consumismo y nuevos pobres*, Gedisa, Barcelona, 2000.
- Fromm, Erich, *¿Tener o Ser?*, Fondo de Cultura Económica, México, 1978.
- Heidegger, Martin, *Ser y tiempo*, Fondo de Cultura Económica, México, 2007.
- Jiménez, Isidro, “El artesano sentimental (Raíces ideológicas del nuevo consumismo)”, en [http://www.lettra.org/spip/article.php?id\\_article=1660](http://www.lettra.org/spip/article.php?id_article=1660) [Consultado el 11 de febrero de 2010].
- Strauss, Levy, *Antropología estructural: mito, sociedad, humanidades*, Ediciones Siglo XXI, México, 2006.