



Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Filosofía

**"La persuasión del consumidor en la era del Capitalismo:
una reflexión desde la Ética de la investigación entorno a
las prácticas de consumo".**

Trabajo escrito

Que como parte de los requisitos para obtener el Diploma de
Especialidad en Ética de las Investigaciones

Presenta

Cervantes Rangel Arturo Iván.

Dirigido por:

Dr. Robert T. Hall

Querétaro, Qro. a 19 de octubre de 2021

La presente obra está bajo la licencia:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>



CC BY-NC-ND 4.0 DEED

Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional

Usted es libre de:

Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato

La licenciatario no puede revocar estas libertades en tanto usted siga los términos de la licencia

Bajo los siguientes términos:

 **Atribución** — Usted debe dar [crédito de manera adecuada](#), brindar un enlace a la licencia, e [indicar si se han realizado cambios](#). Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciatario.

 **NoComercial** — Usted no puede hacer uso del material con [propósitos comerciales](#).

 **SinDerivadas** — Si [remezcla, transforma o crea a partir](#) del material, no podrá distribuir el material modificado.

No hay restricciones adicionales — No puede aplicar términos legales ni [medidas tecnológicas](#) que restrinjan legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia.

Avisos:

No tiene que cumplir con la licencia para elementos del material en el dominio público o cuando su uso esté permitido por una [excepción o limitación](#) aplicable.

No se dan garantías. La licencia podría no darle todos los permisos que necesita para el uso que tenga previsto. Por ejemplo, otros derechos como [publicidad, privacidad, o derechos morales](#) pueden limitar la forma en que utilice el material.



Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Filosofía
Especialidad en Ética de las Investigaciones

“La persuasión del consumidor en la era del Capitalismo: una reflexión desde la Ética de la investigación entorno a las prácticas de consumo”.

Tesis

Que para obtener el Diplomado de
Especialidad en Ética de las Investigaciones

Presenta

Cervantes Rangel Arturo Iván

Dirigido por:

Dr. Robert T. Hall

Sinodales

Dr. Robert T. Hall

Director de Tesis

Dr. José Salvador Arrellano Rodríguez

Secretario

Dra. Hilda Romero Zepeda

Vocal

Dr. Mauricio Ávila Barba

Suplente

Mtro. Eduardo Trujillo Farías

Suplente

Centro Universitario, Querétaro, Qro

Fecha de aprobación:

Dedicatoria

Para aquellos que no encuentran el *ethos*:

Así pues, práctica día y noche estas enseñanzas y las afines a éstas contigo mismo y con el que sea igual que tú, y jamás, ni en la vida real ni en los sueños, estarás preocupado, sino que vivirás como un Dios entre los hombres. Pues no se parece nada a un ser que tiene una vida mortal el hombre que vive en medio de bienes mortales.

Epicuro

Agradecimientos

Gracias a Ella por las grandes platicas.

Resumen

Unos de los principales, y arduos, retos de las sociedades Capitalistas es la construcción y el desarrollo de los principios éticos, los cuales alcancen la Felicidad. Sin embargo, en tal tarea hay un problema que se hace cada vez latente, esto es, se contempla una lucha antagónica entre el Deseo y el Placer. La dificultad tiene presencia al momento de ejercer la toma de conciencia de los actos y prácticas de consumo o producción de necesidades del sujeto que impactan en el interés. En el presente trabajo se reflexiona que ante el bombardeo mercantil no hay espacio para alcanzar la *Ataraxia* (imperturbabilidad) en el sentido del epicureísmo. Para lograr hacer un diferencia entre lo sensato y el interés es menester entender: 1) como se hacen presentes las relaciones personales en las sociedad de consumo contemporáneas y 2) comprender el Hábito desde la *praxis* —esto partiendo de la perspectiva de Marx—, pues lograría establecer que el interés no responda a los deseos vanos que solo perturban al individuo, sino a los gozos que conducen a la *Ataraxia*.

Palabras clave: Deseo, Placer, Ética, Praxis, Toma de decisiones.

Abstract

One of the main, and arduous, challenges of Capitalist societies is the construction and development of ethical principles, which achieve Happiness. However, in such a task there is a problem that becomes more and more latent, that is, an antagonistic struggle between Desire and Pleasure is contemplated. The difficulty is present at the moment of becoming aware of the acts and practices of consumption or production of the subject's needs that have an impact on interest. This paper reflects that in the face of the commercial bombardment there is no space to reach the Ataraxia (imperturbability) in the sense of epicureanism. In order to make a difference between the sensible and the interest it is necessary to understand: 1) how personal relationships are present in contemporary consumer society and 2) to understand the Habit from the praxis -this starting from Marx's perspective-, because it would establish that the interest does not respond to vain desires that only disturb the individual, but to the joys that lead to Ataraxia.

Keywords: Desire, Pleasure, Ethics, Praxis, Choice.

Indice

Introducción ... 8

1. El Capitalismo: la idea del hiperconsumo y lo amoral ... 20

1.1. El lado oscuro del fetichismo a la mercancía: propaganda y experimentación del neuromarketing ... 27

1.2. Sobre el Hábito y las implicaciones morales ... 34

1.3. Conclusiones ... 38

2. Las enseñanzas de Epicuro ... 42

2.1. La *Ataraxia*: Necesidad y Deseo ... 45

2.2. Conclusiones ... 51

3. Marx y la noción de la *praxis* ... 53

3.1. La noción del Trabajo como una categoría Ética ... 56

3.2. Conclusiones ... 61

4. Conclusiones Generales ... 64

5. Apéndice ... 69

5.1. Acuerdos Mínimos para un programa ético-ambiental desde una perspectiva Ecomarxista ... 70

5.2. Breve historia del Ecomarxismo y el Ecosocialismo ... 71

5.3. Conclusión ... 77

5.4. Acuerdos Mínimos para una buena práctica en el consumo ... 79

Figura 1 ... 81

Referencias bibliográficas ... 82

Introducción

Todos los que consiguen la posibilidad de procurarse la máxima seguridad del prójimo, ésos no sólo viven entre sí con el mayor gozo, dado que disponen de la garantía más solvente de seguridad, sino que, a pesar de haber conseguido unos con otros la más plena intimidad, no lamentan como si se tratara de cosas dignas de compasión, el final anticipado del muerto.

Epicuro.

En la era del Capitalismo se experimenta el constante bombardeo publicitario del mercado económico, cuyo resultado es negativo y del cual se concluye que el individuo tiene una nula voluntad particular para discernir que mercancía puede elegir. Lo interesante es la elección, esto es, la posibilidad de ejercer autónomamente una decisión para la adquisición de algún producto que sirva como parte del desarrollo del sujeto. Esto es, la adquisición —o la creación de alguna mercancía—, es para la realización plena de la personalidad o cómo forja del carácter ético de la persona. Sin embargo, detrás de una elección se hace presente una persuasión por parte de la industria (o de los empresarios), para que los sujetos compren las mercancías que ellos mismos ofrecen.

A lo largo del desarrollo económico de la sociedad capitalista se observa que los individuos son, cada vez mas, persuadidos para que tomen una decisión de manera inconsciente. Se contempla que a la par del desarrollo biotecnológico hay toda una carrera tecno-científica en el ámbito económico y publicitario; pues existe una experimentación a nivel neurológico, cuyo objetivo es lograr entender cómo es que los sujetos determinan qué mercancía desear.

El problema de las investigaciones y las experimentaciones, en el ámbito publicitario, son las secuelas negativas que se producen en el individuo; es decir, haciendo una reflexión desde la perspectiva de la ética de las investigaciones se

observa que ciertos códigos o preceptos son ignorados o violentados. Por ejemplo, si la publicidad tiene como objetivo persuadir al sujeto surge el cuestionamiento: ¿dónde quedo la autonomía del individuo para elegir, si hay una predisposición neurológica en la toma de decisiones? Otro claro ejemplo puede ser el principio de no maleficencia, es decir, piense en los productos que ofrecen en la publicidad algún beneficio, pero al momento de consumirlo no hay tal efecto positivo, sino lo contrario. Se contempla, en este último caso, que los productores y los publicistas tienen entendido el alcance de sus productos (de manera positiva y negativa), pero aun así deciden ofertarlo y persuadir al consumidor para que los adquieran.

El siguiente trabajo parte del análisis de casos de investigación en el área de publicidad y su relación con el neuromarketing. El objetivo de dichas investigaciones consistió en develar los procesos psicológicos y neurológicos que el sujeto lleva a cabo para adquirir una mercancía. Resultado de tales experimentaciones fue la llamada “economía emocional”, que para el contexto contemporáneo se ha denominado “neuromarketing”.

Los que se dedican a la propaganda, en su celo por avizorar nuevas perspectivas, comenzaron a hablar de los diferentes niveles de conciencia humana. Según veían las cosas, había tres niveles que les interesaban.

El primer nivel es el consciente y racional, en el cual la gente sabe lo que está pasando y puede decir por qué. El segundo nivel, más profundo, se llama preconciente o subconsciente, e involucra el área en que una persona puede conocer de manera incierta lo que está pasando en sus propios sentimientos, sensaciones y actitudes, pero no está dispuesta a decir por qué. Es el nivel de los prejuicios, suposiciones, temores, incitaciones emotivas, etc. Por último, está el tercer nivel en el que nosotros no sólo no nos damos cuenta de nuestras verdaderas actitudes y sentimientos sino que tampoco los discutiríamos en caso de poder hacerlo. La exploración de nuestras actitudes hacia los productos en el segundo y tercer nivel se denomina la nueva ciencia del análisis o investigación motivaciones, o simplemente I.M.¹ (Packard, 1983, p.32).

¹ En inglés M.R. (Motivational Research)

Como parte de las dificultades que se presenta en la exploración de las emociones —o de los deseos del inconsciente humano—, es el cambio de paradigmas éticos y morales. Se contempla que una de las principales repercusiones son los cambios de hábitos de los individuos y a su vez, de manera consecuente de los códigos morales. Esto es, una de las consecuencias negativas de la persuasión publicitaria es la reconfiguración de las prácticas morales y de los preceptos éticos del individuo. Por ejemplo, la concepción de la Felicidad, entendida como un fin último para lograr una vida virtuosa, se ve transgredida por la noción del placer efímero.

Como resultado de la persuasión de la publicidad hacia el sujeto, se hace presente una reconstrucción ética-moral en la sociedad y en el individuo. Pues como parte de las dinámicas sociales se perciben una serie de modificaciones y transformaciones por parte de los individuos y de la comunidad a la que pertenece. En dichos cambios se perciben dos premisas que parece ser que no se transmutan: 1) lo individual se presenta como algo primordial ante lo público y 2) lo Otro (la comunidad) se percibe como algo ajeno. Lo extraño —y a su vez peculiar—, es que los estudios realizados por la economía emocional el individuo más allá de imponer la voluntad particular frente a lo social, se hace presente una especie de aprobación y aceptación de lo comunal. Esto último será clave no solo para entender la dinámica de una sociedad consumista, sino también para la experimentación e investigación del neuromarketing.

Desde la época de la conquista española, hasta nuestros días, se contempla una lucha constante pretensión de preponderar lo particular frente a lo comunitario; pero desafortunadamente no ha quedado claro que en dicho afán —de imponerse a lo comunitario—, no se logra imponer tal “particularismo” y sólo usan lo social como un fundamento que sirve para entender y comprender al uno (lo particular). En otras palabras se desaprueba de manera individual (desde lo privado) lo que en la comunidad se construye, pero en el fondo eso que se reprocha sirve como legitimación para lo particular. Por ejemplo; desde la

perspectiva privada-particular se desaprueba el tirar basura o usar bolsas de plástico, pero al ver que la sociedad o la comunidad sigue usando bolsas de plástico o tirando basura el individuo reproduce en gran medida tales prácticas.

La idea primordial es observar cómo se construyen y se anteponen los deseos particulares frente al bien comunitario. Esto es, desde la Economía Emocional y la Ética se logra ofrecer una perspectiva más clara sobre la relación entre el individuo y la Naturaleza. Es necesario aclarar que ese mecanismo, de imponerse a lo que se aprueba y se determina en la comunidad, tiene efectos negativos a niveles muy mundanos; es decir, en lo cotidiano. Parafraseando el inicio de la obra *Grundrisse* de Karl Marx, se hace hincapié que no hay el hombre aislado, sino seres que se constituyen en sociedad. Lo que deja en evidencia es la autodenominada Modernidad se reproduce un Antropocentrismo, sociedades dedicadas para el desarrollo del hombre; en el cual —de manera sistemática—, se ha reproducido e inculcando en el sujeto la noción de individualidad.

El alcance de la individualidad tuvo gran aceptación en la Modernidad, tanto fue el éxito que en nuestra contemporaneidad se sigue fomentando. Sin embargo, es menester rescatar que no es solamente los hábitos o costumbres que se incluyeron o nacieron en dicho bloque histórico, sino las repercusiones epistémicas y éticas-morales que lograron fundarse en las sociedades contemporáneas. El resultado fue una especie de secularización del individuo; esto es, se contempla que la aceptación de la realidad —y las mismas prácticas de los sujetos—, se fundamentaban en la subjetividad que, a su vez, se desarrollaba en un racionalismo.

Como parte de la Modernidad, los sujetos desarrollaron —además de la individualidad—, la Racionalización. El efecto primordial que se rescata de dicha racionalidad moderna se encuentra en la epistemología, pues no eran necesarias las causas primeras o —en su defecto— la noción de Dios como ente que impulsaba o construía el mundo. Una vez que se estableció la Razón como el punto de partida (y punto de llegada) los seres humanos empezaron a recrear un

mundo legitimándose bajo los criterios de la Razón; un ejemplo claro es la formación y conceptualización de la Realidad, con base a los juicios de la Razón sólo se apelaban a lo que la experiencia o la subjetividad la determinaban. Desde lo político hasta la revelación de la Verdad, el hombre moderno se propuso analizar, detallar y explicar cómo funcionaba el individuo y la sociedad.

[...] Max Weber describe bajo el punto de vista de la racionalización no sólo la profundización de la *cultura* occidental sino sobre todo la evolución de las *sociedades* modernas. Las nuevas estructuras sociales vienen determinadas por la diferenciación de esos dos sistemas funcionalmente compenetrados que son la empresa capitalista y el aparato estatal burocrático. (Habermas, 1993, pp. 11-12)

Como parte de las explicaciones y construcciones que se hacen presentes en los marcos ideológicos y en las experiencias racionales, se logra percibir una desigualdad en la relación hombre-mundo. En párrafos pasados se hacía la mención de que las prácticas de imponer lo particular frente a lo comunitario tenía una repercusión a nivel mundial, pues los efectos se hacen presentes en los tiempos contemporáneos. La secuela que se hace evidente de manera fáctica es en la aceptación y la relación con la Naturaleza. Tenga presente lo siguiente, al momento de priorizar lo particular frente a lo público, más allá de negar el saber que se construye en sociedad —y a su vez rechazar que el sujeto se construye junto con el otro—, lo que hace visible es la contemplación del Otro como un simple medio. Es en este punto donde la Razón y las éticas que se desarrollaron en la Modernidad demuestran al Otro (los seres humanos) como un objeto que se ocupa para lograr una meta.

La libertad en esta esfera [el reino de la necesidad natural] —dice en el tomo III del *El Capital* — sólo puede consistir en esto, en que el hombre socializado, los productores asociados, gobiernen el metabolismo humano con la naturaleza de un modo racional, poniéndolo bajo su propio control colectivo, en vez de estar dominados por él como una fuerza ciega; realizándolo con el menor gasto de energía y en las condiciones más dignas y apropiadas para su humana naturaleza. (Foster, p.246, 2000)

La pregunta que se genera ante tal panorama es: ¿Cuál ha sido el costo que nos ha dejado el uso de la Razón en el medio ambiente, en lo social y en lo científico?

¿Por qué se sigue apostando por los imperativos éticos —o a los epistémicos—, que descansan sobre la Razón? ¿Quién decide o juzga a la Razón? Esas cuestiones son las que hoy en día desde el ámbito filosófico, ético, jurídico, cultural, social y económico nos mantienen en una larga discusión en la esfera social y en la académica. Como parte de la experimentación que se realiza en la economía emocional o en las investigaciones profundas, se percibe la idea de instrumentalizar los sentimientos, emociones y deseos de los individuos. Como claro ejemplo se hace presente la cuestión de la autonomía a la hora de adquirir una mercancía o la toma de decisiones; esto es, ¿realmente se necesita tener el último celular de moda para ser feliz? ¿el sujeto es libre de decidir o su decisión ya está persuadida por alguna propaganda? El problema son las implicaciones en el medioambiente, pues surge la denominada “crisis ambiental”.

El problema de la discusión, de si el sujeto debe responder a todo un proceso ideológico o al pensamiento particular (teniendo en cuenta que podría estar persuadido por alguna mercancía o un producto), es que al momento de tomar alguna elección entran en conflicto; pues se confrontan los valores universales éticos de la cultura frente a los deseos —y perspectivas—, particulares del individuo. Como ejemplo, de tal enfrentamiento, se contempla el calentamiento global. Como algunos pensadores se han referido a tal crisis, pues más allá de ser una crisis ecológica, es humanitaria. Ante esa crisis civilizatoria, los tópicos que se edificaron en la Modernidad se empieza a quebrantar. Los imperativos —éticos, políticos, económicos, culturales, sociales, etc.—, que han sido fundamentados y desarrollados no pueden responder a dicho problema que enfrentan las sociedades contemporáneas.

Como una posible salida de la persuasión económica ocasionada por el neuromarketing y a las implicaciones negativas —tales como la crisis humanitaria que se presenta en el medioambiente—, se propone un análisis y una serie de acuerdos mínimos para la creación de un programa ético basado en el Ecosocialismo. Ante la carencia de la toma de conciencia, de los tópicos y los

valores que surgieron en la Modernidad se propone el análisis de la teoría de Epicuro y de Karl Marx. Como una de las finalidades es entender que a partir de la propuesta marxista y de un ejercicio dialéctico (en sentido Hegeliano) se pueden establecer una serie de puntos y normas que ayuden a regular las conductas de los individuos y, a su vez, logren crear una toma de conciencia sobre su condición en una sociedad de consumo y como esta afecta negativamente en la relación Ser Humano-Naturaleza.

Para reconocer como el ser humano es persuadido por la publicidad y reconocer la falta de conciencia —sobre la relación que hay entre Naturaleza-Hombre—, es importante reconocer las enseñanzas e influencia de Epicuro en Marx. Es el pensador de la isla de Samos quien proponía un materialismo en el cual se reconocía el papel importante de la naturaleza en la vida del hombre. Lo primordial del epicureísmo consistía en que el hombre debería llegar a la Felicidad evitando el Dolor y despojándose del Deseo que se genera por el Placer. A diferencia de la economía emocional o de las sociedades de consumo, se concibe que la Felicidad se logra a partir de la visibilización y descubrimiento de los Deseos y las emociones.

Para obtener tal Felicidad es necesario alcanzar la *Ataraxia*, pues juntando con la *Autarquía* funciona como un mediador o fundamento para lograr una toma de conciencia sobre un acto moral o ético. ¿Qué es la *Ataraxia*? Se traduce como la imperturbabilidad; esto es, que el individuo logre estarse cierto modo en un equilibrio entre tus Necesidad y Deseo, sin que sea perturbado o exaltado por estos últimos. De manera muy cotidiana se podría traducir como satisfacer aquellos impulsos que el cuerpo demanda y de manera paralela reconocer hasta que punto hay una satisfacción del Deseo; para así evitar caer en la constante del placer de los deseos (entendiendo el deseo como sentimientos o nociones que se idealizan y se objetualizan en sentido hegeliano).

En la actualidad, el sujeto contemporáneo se desenvuelve en la vida social desde un relativismo moral y cognoscitivo, pues las actividades que el individuo

realiza en el mundo están planeadas y enfocadas desde una perspectiva particular. Una característica que se observa en las prácticas que emplea el ser humano, es la clara evidencia de cómo funcionan los imperativos en los que se rige en esta era llamada Capitalcentrismo. Pues algo particular de las sociedades contemporáneas es que las relaciones afectivas y sociales están basadas en el intercambio de mercancías, esto es, que los lazos de amistad o los vínculos colectivos están sujetos al consumo de los artículos que se puedan canjear.

Como una de las características del sistema económico llamado Capitalismo, es contemplar primordialmente el valor de cambio de las mercancías; esto es, se deja de lado el valor de uso (utilidad). Desde una perspectiva marxista se visualiza que la cualidad de dicho sistema económico, que ha regido en la Modernidad, es establecer los mecanismos necesarios para identificar que aquello que te produce un estatus social mas alto. Consecuencia inmediata del estatus social es la falsa conciencia de clase; esto es, los sujetos tiende a creer que con un alto valor de cambio son mejores y por ende es lo más adecuado para los seres humanos. Esto último es algo peculiar que se encuentra en las sociedades contemporáneas, es decir, se aprecia el valor de cambio en lugar de contemplar a la mercancía como un algo que sea útil para el individuo. El resultado de esta evaluación consiste en que el producto en lugar de ser provechoso se convierte en un fetichismo.

La repercusión de los hábitos del sujeto contemporáneo tiene grandes consecuencias, pues el primer impacto se refleja en los recursos naturales. Ante la persuasión y la exploración de los Deseos inconscientes se abre la posibilidad del consumo desmedido y explotación de los recursos naturales. Cómo una posible salida a dicha enajenación, es establecer unos acuerdos mínimos para un programa ético desde una postura Ecosocialista. ¿Qué es el Ecosocialismo? Es una propuesta teórica-política-económica que critica los modos de vida y los mecanismos en los que se desenvuelve el individuo en el capitalismo. Es a partir del nuevo orden mundial, que se genera un impacto negativo en los seres

humanos (ya sea a nivel neurológico o en las prácticas éticas). Como una de las principales consecuencias es el abandono de ciertas prácticas morales y de algunos preceptos éticos que se edificaron en la Modernidad. Ese hecho del descuido de dichas costumbres y principios éticos-morales, provocaron que los individuos se enfocaran más por la cuestión de bienes particulares; v.gr. el surgimiento de mercancías de satisfacción personal cuya finalidad es seguir alimentando la economía basada en la Obsolescencia Programada. Como respuesta a tales prácticas es que surge el Ecosocialismo, pues se propone que la producción y la distribución de los bines materias (entre ellos los recursos naturales) se hagan de manera justa.

El primer principio de la Declaración de Río de Janeiro (aprobada en la “cumbre” mundial sobre medio ambiente y desarrollo de 1992) reza: “Los seres humanos se hallan en el centro de las preocupaciones sobre el desarrollo sostenible”. Por cierto que algunos vanguardistas de la conciencia moral abogan por un descentramiento (sic) que amplíe el ámbito de nuestras consideraciones morales hasta incluir de forma destacada a los animales no humanos y/o los ecosistemas (y de ahí las discusiones sobre antropocentrismo y biocentrismo después de Aldo Leopold, y sobre todo a partir de los años setenta del siglo XX)(Reichmann, 2012, 27).

El objetivo de esta breve reflexión es el estudio sesudo sobre los hábitos de los sujetos con el otro y con la propia naturaleza. Dentro del Capitalismo y las categorías epistémicas de la Modernidad se concibe que los actos, prácticas o costumbres, son la actividad humana en el cual se deja clara la intención del sujeto en la cuestión ética y la moral. Se observa que una de las formas de hacer un ejercicio de toma de conciencia sobre los actos, es a través de los hábitos cotidianos. Por ejemplo; en la vida consuetudinaria del ser humano, este emplea actividades que cuyo fin —en sentido moral—, logran un beneficio no sólo a la misma persona, sino también al grupo social al que pertenece. Esto es, en los hábitos se observa que no sólo es una actividad humana sensorial, que beneficia de manera particular al sujeto, sino que tiene implicaciones morales para con el otro. Es por tal motivo que el análisis y reflexión —entorno a dicha categoría—,

sería la clave para establecer un programa ético cuya propuesta no este definido en un sentido universal y se tenga que cumplir para todos, sino todo lo contrario que se inicie desde lo más particular, esto es, desde el reconocimiento de los hábitos del individuo.

[...] el progreso procede en dos formas y que la libertad se encuentra en aquella clase de acción recíproca que mantenga un medio ambiente en el que el deseo y la elección humanos tengan alguna significación. Hay, en verdad, fuerzas internas en el hombre, como las hay fuera de él. Aunque las primeras son infinitamente débiles en comparación con las fuerzas exteriores, pueden, sin embargo, obtener el auxilio de una inteligencia previsora e ingeniosa. Cuando consideramos el problema como un ajuste al que debe llegarse inteligentemente, la cuestión se desplaza de dentro de la personalidad hasta llegar a ser un asunto de construcción, de establecimiento de artes de educación y orientación social. (Dewey, 2014, p.18)

El problema realmente evidente es que con las políticas económicas y las medidas al medioambiente en la década de 1970, se asumen algunos preceptos éticos y códigos morales de manera implícita; esto es, se piensa que los seres humanos al realizar las prácticas como el cuidado de sí, el desarrollo sustentable, la misma idea de lo sostenible, etc., crearán una conciencia sobre lo que produce y lo que consume. Desafortunadamente, tal cosa no sucede, puesto que sólo contemplan el beneficio de manera particular (en donde se observa como el Placer gobierna del Deseo del individuo), dejando a un lado la cuestión de la Necesidad (no logran alcanzar la *Ataraxia* en el sentido de Epicuro). Por tal motivo, es pertinente realizar un análisis sobre la persuasión del consumidor en la era del Capitalismo; evidentemente desde la reflexión Ética de las investigaciones entorno a las prácticas de consumo de los seres humanos.

En la sociedad capitalista el hábito parece representar el lado moral, puesto que se visualiza la realización del acto bajo la condición de un código normativo. Esto es, en el hábito cotidiano en lugar de concebir el lado ético del acto, sólo se apela a la regla moral del grupo al que pertenece el sujeto. El pensador norteamericano John Dewey sostiene: “Para cambiar el carácter o la

voluntad de otra persona, tenemos que alterar las condiciones objetivas que entran en sus hábitos. Nuestros propios sistemas de juzgar, de imputar culpas y atribuir méritos, de aplicar castigos y conceder honores, son parte de esas condiciones” (2014, p.26). Se observa que hay una controversia, pues por un lado la economía emocional —para ser preciso el neuromarketing—, sostiene que la voluntad de una persona surge en el cerebro. De manera contraria al análisis de Dewey, pues se puede inferir que para hablar de una moral en el sistema capitalista —resultado del hiperconsumo y la sobreproducción —, los hábitos viene a representar dicha moral; pues el deliberar del sujeto depende las condiciones sociales-culturales en las que desenvuelve.

El problema de las investigaciones y las experimentaciones, en el ámbito publicitario, son las secuelas negativas que se producen en el individuo; es decir, haciendo una reflexión desde la perspectiva de la ética de las investigaciones se observa que ciertos códigos o preceptos son ignorados o violentados. Por ejemplo, si la publicidad tiene como objetivo persuadir al sujeto surge el cuestionamiento: ¿dónde quedó la autonomía del individuo para elegir, si hay una predisposición neurológica en la toma de decisiones?

Ante la persuasión económica ofrecida por el neuromarketing se genera toda una controversia al momento de hacer la toma de decisiones o producir la duda de si el ser humano es autónomo. El problema que se hace evidente es la cuestión de cómo se pueden tergiversar los principios éticos. Esto es, a partir de las investigaciones en el área de la neurología, se contempla que el ser humano puede ser codificado y persuadido a que acepte o decida un producto, idea, precepto o valor ético-moral. Lo cual, se hace evidente pues ante falta de reglas morales y de preceptos éticos, se contempla que el sujeto interpreta y define sus hábitos desde una postura relativa; esto es, las prácticas que día tras día emplea, están basadas en las nociones morales que se apegan a sus intereses particulares. Un ejemplo de esto último, es cuando hay que adquirir mercancías que sean de primera necesidad para la supervivencia del mismo, se hace visible

que el individuo actúa y toma decisión basado en la premisa de lo que le genera un bien particular; esto es, desde una postura utilitaria y relativa.

Una posible salida de la persuasión económica ocasionada por el neuromarketing y a las implicaciones negativas —tales como la crisis humanitaria que se presenta en el medioambiente—, se propone un análisis y una serie de acuerdos mínimos para la creación de un programa ético basado en el Ecosocialismo. Ante la carencia de la toma de conciencia, de los tópicos y los valores que surgieron en la Modernidad se propone el análisis de la teoría de Epicuro y de Karl Marx. Como una de las finalidades es entender a partir de la propuesta marxista y de un ejercicio dialéctico (en sentido Hegeliano) establecer una serie de puntos y normas que ayuden a regular las conductas de los individuos y, a su vez, logren crear una toma de conciencia sobre su condición en una sociedad de consumo y como esta afecta negativamente en la relación Ser Humano-Naturaleza.

Como parte de los objetivos se proponen: 1) considerar las enseñanzas de Epicuro, esto para alcanzar un punto equilibrado para saber distinguir entre Necesidad y Deseo —desde la noción del Placer—, para lograr hacer un contrapeso al neuromarketing, 2) elaborar un análisis sobre la categoría Marxista, sobre la *praxis* y el Trabajo, esto para revalorizar las nociones de valor de uso y valor de cambio y 3) evidenciar que uno de los principales problemas que enfrenta el sujeto contemporáneo son las sociedades de consumo o de manera particular el “Hiperconsumo” y su repercusión en el hábito como la construcción de lo amoral.

Capítulo I

1. El Capitalismo: la idea del hiperconsumo y lo amoral

<<Sociedad de consumo>>: la expresión se oye por primera vez en los años veinte, se populariza en los cincuenta y su fortuna prosigue hasta nuestros días, según se ve por el amplio uso que se le da en el lenguaje corriente y en los discursos más especializados. La idea de sociedad de consumo parece hoy algo evidente y se presenta como una de las figuras más emblemáticas del orden económico y de la vida cotidiana de las sociedades actuales.

Gilles Lipovetsky

Introducción

Una de las principales características del capitalismo es la autonomía y la libre elección que tiene el individuo al momento de adquirir o producir una mercancía. Dentro de la dinámica económica y social, se difunde la idea de que el sujeto a partir de su trabajo particular —y de las posibilidades de asociarse con otros— el objeto producido o adquirido le darán las pautas para crecer capitalmente o en definitiva encontrar la felicidad plena. Sin embargo, paralelamente al mismo tiempo que se difunde tal independencia y autonomía en el capitalismo, se hace presente en las prácticas y dinámicas sociales un fenómeno contrario. Esto es, no hay un proceso de libre elección o algo parecido a la autonomía, puesto que desde el ámbito económico, mercantil, social, político y cultural hay una persuasión al sujeto.

El problema de la persuasión económica hacia al sujeto no es sólo los mecanismos o las prácticas que desarrollan las empresas para atraer más público y lograr un incremento en las ganancias, sino lo interesante es ver como hay una transformación de los actos del sujeto en el sentido ético. La forja de carácter es y será algo primordial para el ser humano, es decir, el papel de la ética en el

individuo es un conocimiento que nutre a la toma de conciencia y a la posibilidades de ejercer una elección éticamente correcta. Sin embargo, se contempla que las agencias de marketing y las grandes industrias han llevado a cabo la exploración profunda en el cerebro o el inconsciente del ser humano. Las exploraciones realizadas en la neurociencia han orillado a los mercadólogos a descubrir la forma en que el sujeto se comporta, planea sus deseos y esboza la determinación material de las necesidades de los consumidores. El resultado de estas exploraciones es la forma en que se contempla la autonomía en sentido ético, pues se visualiza ciertas alteraciones o tergiversaciones. Por ejemplo: en los años 60 las grandes empresas de marcas de carros se dieron a la tarea de investigar de manera profunda en la psique lo que buscaban, pensaban y querían los varones en un carro. El resultado es que si bien los participantes de tenían una idea particular sobre que cosas mejorarían o les gustaría tener en un vehículo, los investigadores se dieron cuenta que en el momento de hacer la elección, esta se tomaba no con base a lo que ellos pensaban (de manera particular) sino todo lo contrario. Elegían un transporte a partir de la proyección o intuición que proyectaba el carro o de las persuasión que hacían el círculo de amigos o familiares; esto es, la autonomía o la libre elección se veía desplazada ya sea por la aceptación del grupo o en su defecto por la persuasión del marketing.

La cuestión de la persuasión no es algo nuevo, pues el pensador alemán Karl Marx ya hacia mención de ese falta de conciencia sobre la mercancía y la implicación negativa en el sujeto. Es claro que él no le llama “persuasión”, sino que la denomina como “fetichismo de la mercancía” y el efecto que produce es la enajenación. Como parte de la crítica —y análisis de Marx—, se observa que lo propuesto en la Ilustración, con respecto a las futuras generaciones, no se ha cumplido cabalmente.

La Ilustración y sus herederos, el marxismo entre ellos, nos han legado una civilización que no ha colmado sus aspiraciones, que no ha remediado el mal social. Sus resultados, a lo sumo, son muy imperfectos y su *ethos* ha terminado por recolectar más bien indigencia moral. Su laicismo y

racionalismo han devenido cinismo o, a lo más, reformismo. La Ilustración no logró ocupar el espacio moral de las religiones civiles y de los códigos morales y religiosos. (Camps, 2004, p. 203)

El problema de la discusión no reside de si el sujeto debe o no responder a todo un proceso ideológico o al pensamiento particular del mismo, sino que es la interrogante al momento de tomar alguna elección, pues se entra en conflicto; esto es, ¿la decisión que tomará el sujeto a la hora de adquirir un producto es por sí mismo o algo o alguien la está pre-condicionado? Como posible respuesta se hace presente la reflexión filosófica del pensador americano John Raz. Él hace mención de que se deberían imponer los valores universales éticos de la cultura frente a los deseos y perspectiva particular del sujeto (Olive, 1999). Resultado de esto, es la confrontación de los valores particulares de los sujetos con las virtudes universales. Como ejemplo de la postura de Raz se contempla el calentamiento global; es decir, se perciben algunas posturas como de los pensadores Jonas Hans, Hans Küng o Leonardo Boff, cuya respuesta es la de apelar a un imperativo ético —en su caso al imperativo categórico de Kant—. Sin embargo, pareciera ser que el problema sigue latente, pues de alguna manera la autonomía del sujeto sigue siendo transgredida.

La propuesta de establecer un imperativo ético tiene como objetivo de apelar a la Razón del mismo sujeto. La finalidad principal de la Modernidad, y con ella la del Capitalismo, es que a partir de un proceso de Racionalización, Universalización, Progreso y Emancipación se resolverían las principales problemáticas del individuo; tales como: cubrir las necesidades básicas y cumplir los deseos del mismo. Esto es, lograr que el Hombre alcanzara la Felicidad por medio de un proceso racional, en el cual todos fueran parte y que gracias a la emancipación del sujeto construyera una sociedad tecno-científica.

Sin embargo, tales objetivos de la Modernidad no han sido posible de concluirse, pues parte de la sociedad capitalista no alcanza dicha idea de Felicidad. Ante panorama surge la siguiente cuestión: ¿Cuáles son aquellos puntos que la Modernidad no puede resolver? En primer lugar antes de solucionar

ésta cuestión, se plantea desde una perspectiva ético-moral el siguiente punto: ¿Hay qué responder a las reglas que la sociedad impone o en su defecto las reglas que el mismo individuo construye a partir del uso de la propia razón? Desde los primeros pasos de los seres humanos sobre este mundo, hasta la formación de las primeras comunidades, se tiene registrado que la relación del sujeto con el Otro (sociedad) siempre ha tenido dicho problema, esto es, si responder a lo que demanda la sociedad o la noción particular del sujeto. Evidentemente esto es gradual; es decir, gracias a los intereses particulares o grupales se apela o no a los códigos personales o comunitarios.

El resultado de este “juego de intereses” es la percepción de las relaciones humanas como meras mercancías, esto es, se percibe que el sujeto contempla al Otro como algún producto que puede adquirir y consumir. La consecuencia de contemplar de tal manera las relaciones sociales de esa forma fue la creación del valor de uso y el valor de cambio, dichas nociones se entiende mejor contemplando que el primero es importante por la utilidad en tanto que ayuda y facilita al momento de llevar acabo una tarea el hombre. El valor de cambio sólo te genera una transformación en el estatus social; esto es, más allá de satisfacer la necesidad básica sólo alimenta el Deseo (en palabras de Marx el valor de cambio es el portador del fetichismo de la mercancía).

Las mercancías vienen al mundo revistiendo la forma de valores de uso o de mercancías: hierro, lienzo trigo.etc. Es ésta su prosaica forma natural. Sin embargo, sólo son mercancías debido a su dualidad, a que son objetos de uso y, simultáneamente, portadoras de valor. Sólo se presentan como mercancías, en la medida en que tiene una forma doble: la forma natural y la forma de valor (Marx, 2010, 58).

Lo que expone Marx en la obra del *El Capital*, es la importancia que se le destina al valor de cambio, dejando a un lado la cuestión de la utilidad (valor de uso). Es a partir de este pequeña distinción que se pretende generar un especie de “giro copernicano”; pues los sujetos al momento de elegir qué mercancías van a comprar, no sólo lo harían desde esa perspectiva de utilidad, sino que tendría un efecto positivo a nivel ecológico y moral. Por un lado, cuando se habla del efecto

positivo ecológico, se plantea la posibilidad de ver a la naturaleza no como simple medio, sino como un fin. Con esto se daría paso a la relación hombre-*natura* como un proceso metabólico. Por el otro lado, las prácticas de los sujetos entre sí ya no serían de corte mercantiles, sino que pasaría a ser meramente formales; puesto que la fuerza de carácter no estaría determinado por un materialismo económico.

Es importante preponer que a partir de la Segunda Guerra Mundial (y con el “Giro Moral Aplicado”), las relaciones personales y, sobre todo en las investigaciones, hicieron todo un cambio de paradigma. Se pasó de hacer planteamientos hipotéticos a analizar casos particulares; es en este punto que la cuestión de los Recursos Naturales y el problema de la finitud de los mismos se hicieron visibles. El problema que ahora se hace presente —y resultado de dicho giro—, consiste en las políticas públicas, los gobiernos y la ciencia (junto con la tecnología), unieron esfuerzos para mantener y alargar la vida del ser humano hasta donde más se pueda.

Las dificultades a las que realmente se enfrentan las sociedades contemporáneas son dos puntos que en la Modernidad se han trabajado y desarrollado, y es evidente que han generado muchos problemas, por contar sólo algunos: el exterminio de flora y fauna, nacimiento de nuevas necesidades humanas, un mundo tecno-científico, enfermedades venéreas. El punto que se quiere rescatar es que la misma Modernidad —influenciada en los tópicos de 1) Racionalidad 2) Universalidad, 3) Progreso y 4) Emancipación del individuo—, se ha propuesto como meta el construir un mundo cada vez más con una perspectiva económica, en donde las relaciones interpersonales están secularizadas; y ni que decir de la perspectiva y relación con la naturaleza, pues es evidente que sólo tiene un valor en cuanto a los recursos naturales puede ofrecer.

Lo que domina de verdad en nuestro mundo no es el antropocentrismo sino más bien lo que pudiéramos llamar el *capitalcentrismo*: los imperativos de valorización del capital prevalecen sobre los seres humanos (y, por supuesto, sobre los demás seres vivos). Prevalecen sobre sus intereses, deseos, necesidades y derechos: y ponen entredicho su bienestar, y hasta

su mera supervivencia. Éste es un asunto que el socialismo moderno, desde hace un par de siglos, no ha dejado de analizar, denunciar y combatir. (Riechmann, 2012, p.28).

El planteamiento que ofrece Riechmann, sobre la nueva forma de entender la Realidad-Mundo y las prácticas que se desarrollan, sin duda se tendría que partir desde varios puntos. Por ejemplo: el problema de la crisis ecológica no reside solamente en la explotación de los Recursos Naturales, sino que es toda una cadena de efectos y causas. Para comprender tal pendiente de hechos, el fetichismo de la mercancía sería un claro arquetipo, pues en tal idolatría mercantil se desarrolla un materialismo y ciertas implicaciones prácticas en dicho “materialismo”.

Una vez que se analiza como se han ido construyendo diversos tipos de materialismos (unos de corte “científico” u otros meramente de corte abstracto), se puede dar paso a la cuestión ética; es decir, si se logra entender y explicar cómo funcionan las relaciones materiales, se daría paso para entender la correspondencia de los “medios” y los “fines”. El estudiar la cuestión ética tiene que ser todo un proceso reflexivo-crítico de la normativa y de los códigos morales. Pero no hay que dejar a un lado que el *ethos* no es sólo una cuestión hipotética, sino que hay una serie de determinaciones materiales que el hombre necesita para desarrollarse.

Como parte de la Ética de las Investigaciones se observa las formas en que las y los investigadores, o en su defecto los experimentos, deben llevar y respetar ciertos acuerdos; los cuales buscan proteger y garantizar los derechos fundamentales de las personas que participan en investigaciones. Sin embargo, algo que aún se pone en duda es la finalidad de la investigación, esto es, se observa que como parte del desarrollo científico existe la posibilidad de que las experimentación e investigaciones con seres humanos se realicen con otros fines. Por ejemplo, en el neuromarketing, la psicología profunda y en la economía emocional se contempla que la indagación en el cerebro, específicamente en el

inconsciente humano, pretenden encontrar la clave para descubrir los deseos de los consumidores.

“[...] las empresas no sólo siguen la pista de ello, sino que lo utilizan en beneficio propio. ¿Cómo? Bueno, para dar un ejemplo, Kopiko –una popular y exitosa marca filipina de caramelos que puede encontrarse incluso en las tiendas más pequeñas de cualquier ciudad filipina– ha encontrado una forma de ganarse el paladar de los futuros bebés. Durante una visita a Manila, descubrí que los distribuidores de Kopiko suministraban caramelos a los pediatras y médicos para que en las salas de maternidad los regalaran a las madres embarazadas. Intrigado por este hecho, indagué un poco más. Resultó que aquello no era sólo para dar a las futuras mamás el capricho de un sabroso tentempié.

En aquel entonces, Kopiko estaba preparando el lanzamiento de un nuevo producto: café que, joh, casualidad!, sabía como (sic) los caramelos” (Lindstrom, 2011, p.50).

Una de las interrogantes que surgen en la cuestión del marketing es la autonomía del consumidor; es decir, ¿el sujeto es libre de elegir qué mercancía guste o está persuadido para asumir una elección pre-establecida? Además, existe la incertidumbre si los resultados traducidos o expuestos en mercancías generan algún beneficio para el individuo que las adquiere. Como parte de los principios ofrecidos por el documento del Informe Belmont, se establece que las investigaciones no generarán un mal al paciente o sujeto previo o durante la experimentación. De tal idea surge la siguiente interrogativa: en un sentido ético, ¿hasta qué punto el principio de no maleficencia se llevará a cabo en las investigaciones del marketing?, ¿solo durante experimentación; es decir, sólo cuando se establece un trato con otro ser vivo o también como parte de la finalidad de la investigación? La idea que se pretende destacar es que hay todo un procedimiento para realizar una exploración, la cual está en una constante vigilancia para no generar un sufrimiento a algún ser vivo durante la indagación. Sin embargo, tal cautela desaparece cuando se llega a la meta de la investigación, esto es, el resultado final —en este caso el producto o mercancía— de la investigación no tiene la misma observación, ni la misma vigilancia que el proceso mencionado.

La finalidad principal de este primer capítulo consiste en visualizar como desde el neuromarketing, la psicología profunda y la economía emocional hay una tendencia de no procurar al sujeto, es decir, la finalidad de indagar en el inconsciente del ser humano no es sólo para descubrir como funciona la toma de decisiones al momento de elegir un producto, sino que pretenden encontrar la fuente de los deseos más abismal para así dar paso al nuevo producto o a la nueva tendencia de la moda mercantil. La dificultad reside en que los sujetos se ven despojados de la fuerza de carácter, esto es, de la ética. Se visualiza que construyen la personalidad y las relaciones interpersonales a partir de lo amoral, esto es, de los deseos más recónditos del cerebro.

1.1. El lado oscuro del fetichismo a la mercancía: Propaganda y experimentación del neuromarketing, la economía emocional y la psicología profunda.

La exploración y los recientes descubrimientos en el área de la neurociencia, ha tenido un impacto sorprendente no sólo para la cuestión médica, sino también para los economistas. De manera indirecta los nuevos indicios que la neurociencia ha desarrollado y descubierto en los últimos 60 años ha servido como fundamento para que se lleve a cabo el neuromarketing y la economía emocional.

En esencia, la economía emocional se erige sobre las bases de la neurociencia, la teoría conducta o de comportamiento, las teorías del consumo psicológico, y sobre los elementos del conocimiento holístico del ser humano. Este conocimiento está encaminado a captar simultáneamente todos los aspectos que lo forman y la manera en que todos esos aspectos interactúan entre sí para dar como resultado ese ser vivo tan particular y original que no puede ser confundido con ningún otro. En consecuencia, la economía emocional es el hombre mismo llevado en todo su universo a la comprensión e interacción de sus realidades (Cisneros, 2017, p.30).

A partir de esta definición que ofrece la economía emocional la percepción del ser humano con respecto a la realidad que le precede tiene un giro de 180 grados. La idea de comprender al sujeto a partir de sus emociones o deseos tiene implicaciones negativas en la conducta moral y en los preceptos éticos. Esto es,

gracias a las investigaciones del neuromarketing o de la economía emocional se observa una fuerte tendencia por desvalorizar los actos éticos y el cumplimiento de los códigos morales, por la sencilla idea de que el individuo actúan bajo la influencia de los deseos o las emociones. Se plantea la idea de que las elecciones de los sujetos se toma con base a lo irracional. “El código emocional es el componente clave del marketing de sentimientos porque es la herramienta que permite abrir los mercados futuros para cualquier producto o servicio en la nueva economía” (Cisneros, 2017, p.84). Se parte de la idea de que en el capitalismo algo fundamental —que sirve como desarrollo del individuo y de la comunidad— es la economía; esto es, los seres humanos más allá de estar relacionados por un sentimiento de pertenencia al grupo o por ciertos a fines o algunos procesos ideológicos, están relacionados y arraigados a la dinámica económica.

Es gracias a la antropología cultural que la economía emocional y el neuromarketing logran entender cómo es que el sujeto se logra desplegar en el ámbito social o en la comunidad a la que pertenece. Pues el conocimiento ofrecido por esta área de la antropología darán las pautas para transformar al sujeto en un comerciante y la sociedad en un gran mercado. El resultado consiste en convertir la economía como el punto fundamental de las dinámicas social del capitalismo:

Hoy por hoy todo es comercializable, inclusive las creencias. La libertad de cultos ha hecho posible que el mercado tome su parte, lo que en el pasado representó mística y adoración, e-Bay te lo lleva a tu casa por tan solo un dólar, y esta es la verdad, *el mercado se trago la religión*, tal y como lo comenta, José María Mardones: “En medio de la reconfiguración de lo sagrado, y de la religión (creencias), aparecen una serie de fenómenos que vinculan a esta con el mundo económico, concretamente con el mercado” (Cisneros, 2017, p.93).

El punto para entender cómo los individuos hace la toma de elección persuadidos por lo irracional, los deseos y sus emociones —y como a su vez todo se convirtió en un mercado—, es necesario recurrir a los estudios de la psicología profunda. La psicología profunda se entiende de manera completa si se suman las investigaciones en el área denominada “complejo reptiliano” o cómo se le conocen

en neurología el Núcleo Accumbens. A través de los estudios realizados por el neuromarketing, se entiende que el complejo reptiliano: “Es parte del cerebro está formada por los ganglios nasales, el tallo cerebral y el sistema reticular. Es la parte del cerebro más primaria, se desarrolló hace unos 500 millones de años. Se caracteriza por ser asiento de la inteligencia básica, llamada también inteligencia de las rutinas (Cisneros, 2017, p.64). Mientras que el Núcleo Accumbens se define como:

El n úcleo accumbens es una estructura telencefálica ubicada en las zonas basales del encéfalo anterior. Se describió en las primeras décadas de este siglo, precisamente durante el auge de las técnicas de marcación e identificación neurona y de sus proyecciones [...]Se piensa que tiene funciones relacionadas con la iniciación y regulación de la actividad motora espontánea y en funciones relacionadas con las emociones y la conducta. Se tiene evidencia de su importante papel en los mecanismos neurobioquímicos y neurofisiológicos de la drogo-dependencia. (Ulloque, 1999, p. 323).

Tanto el complejo reptiliano como el n úcleo Accumbens son parte fundamental para la presente investigación, ya que de manera separada las exploraciones en la neurociencia arrojan los resultados al mismo punto; esto es, en la cuestión de la toma de elección se comprende que se hace desde un punto irracional, gobernada por el placer y los deseos. “[...] las conductas del cerebro son inconscientes y automáticas no solo funciones básicas, también en las que se refieren a la preservación de la especie y a los cambios fisiológicos necesarios para la sobrevivencia [...]” (Cisneros, 2017, p. 64)

La psicología profunda se reconoce como aquel campo de saber y experimentación en donde se explora el lado mas profundo del inconsciente del ser humano. En palabras sencillas, la psicología profunda es ese saber que partir de correlaciones conceptuales establece ciertos parámetros que demuestran un saber verdadero. Por ejemplo, el mercadólogo Martin Lindstrom en su obra *“Buyology”*, sostiene que gracias a los instrumentos utilizados en la neurociencia o en el neuromarketing es posible que a través de un Electroencefalograma o la Resonancia Magnética se puedan analizar como funciona la parte *prefrontal*, lugar

donde los deseos o las adicciones tiene una mayor carga eléctrica. "Se implementaron dos de los instrumentos más sofisticados del mundo en la elaboración de imágenes cerebrales: la resonancia magnética funcional y una versión avanzada de la electroencefalografía conocida como tipografía de estado estable (SST en inglés), la cual rastrea las ondas rápidas del cerebro en tiempo real". (Lindstrom, 2010, p.24). Lo interesante es que la psicología profunda fue pionera en el estudio sobre el lado inconsciente del ser humano, claro el objetivo principal no era identificar los problemas que tenía el sujeto, sino fue toda una revelación de la caja de Pandora; en el sentido de que se empleaban esas exploraciones para lograr entender como el consumidor elegía y deseaba un producto o una marca.

Ante la nueva forma que nos proyecta la economía emocional, el neuromarketing y la psicología profunda se cuestiona lo siguiente: ¿cómo es que las marcas comerciales logran evidenciar los deseos del individuo? ¿Cómo es posible que los sentimientos o las emociones se convirtieron en una mercancías? Para responder estas cuestiones es menester entender cómo es que las grandes industrias, en específico el área de mercadotecnia, se enfocaron en entender el lado oscuro del inconsciente del ser humano. Para lograr saber cómo persuadir al consumidor y explorar el inconsciente, se centraron en las ciencias sociales; fue principalmente en la sociología, la antropología cultural y la psicología las áreas que comenzaron a exponer los deseos de los ser humano. Se percataron los compradores eligen alguna mercancía por sus emociones.

Los esfuerzos suele aplicarse en un plano que escapa a nuestra conciencia, de modo tal que las incitaciones son frecuentemente y en cierto sentido "ocultas", con lo que resulta que a muchos de nosotros se nos influye y se nos manipula en mayor medida de lo que nos damos cuenta, en lo que se refiere a las pautas de nuestra vida diaria. (Packard, 1983, p.9)

Como parte del desarrollo del capitalismo y la sobreproducción se hizo presente el fenómeno del hiperconsumo. Una de las características principales consistía en que el sujeto adquiría mercancías sólo por hecho de tenerlas; es decir, el sujeto no

tiene un control sobre los impulsos inconscientes que la propaganda ocasionaba. El sociólogo americano Vance Packard en su obra, *The hidden persuaders*, expone que a partir del estudio de las emociones y de los impulsos inconscientes, los individuos pueden ser persuadidos fácilmente por las grandes industrias; esto es, el objetivo de los impulsos irracionales provocados por la publicidad consistía para que los sujetos adquieran los productos sin ninguna necesidad, sino sólo por el simple hecho de ser de la marca lo adquirieran. El problema no es el uso de la mercadotecnia para competir en el mercado o para atraer mas consumidores, sino los mecanismo y las prácticas que realizan las agencias de publicidad en las investigaciones en los sujetos. Esto es, la dificultad reside en observar el impacto negativo por la falta de ética que se dan en las investigaciones y en los experimentos. “Una interesante manera de satisfacer “el deseo de atención” mediante la posesión de un auto es la que los investigadores llaman “circunspección exhibicionista”. Se da en personas que quieren que los demás conozcan su posición social pero al mismo tiempo expresan con modestia.” (Packard, 1983, p. 65)

En la presente investigación se contemplará el cómo es que los sujetos van desarrollando su Felicidad y la forja de carácter; esto es, a través de la percepción y lucha constante por el gozo vs placer efímero. No hay que dejar a un lado que gracias a las circunstancias sociales los individuos se van transformando en las personas que deseen ser. Sin embargo, como parte de esta dicha transformación se contempla que así cómo se modifican hábitos y necesidades también pasa con los preceptos éticos y morales. Uno de los principales problemas son las formas en que se obtiene esos cambios —ya sea de los principios del *ethos* o de la personalidad—. Se observa que los cambios de los sujetos no son de forma consciente; es decir, detrás de una compra de alguna mercancía hay todo un estudio profundo cuyo objetivo es cambiar la perspectiva de ver la realidad y, a su vez, de la personalidad del individuo.

Los que se dedican a la propaganda, en su celo por avizorar nuevas perspectivas, comenzaron a hablar de los diferentes niveles de conciencia humana. Según veían las cosas, había tres niveles que les interesaban.

El primer nivel es el consciente y racional, en el cual la gente sabe lo que está pasando y puede decir por qué. El segundo nivel, más profundo, se llama preconciente o subconsciente, e involucra el área en que una persona puede conocer de manera incierta lo que está pasando en sus propios sentimientos, sensaciones y actitudes, pero no está dispuesta a decir por qué. Es el nivel de los prejuicios, suposiciones, temores, incitaciones emotivas, etc. Por último, está el tercer nivel en el que nosotros no sólo no nos damos cuenta de nuestras verdaderas actitudes y sentimientos sino que tampoco los discutiríamos en caso de poder hacerlo. La exploración de nuestras actitudes hacia los productos en el segundo y tercer nivel se denomina la nueva ciencia del análisis o investigación motivaciones, o simplemente I.M.² (Packard, 1983, p.32).

Desde la perspectiva de la ética de las investigaciones se cuestiona los procedimientos o las formas en que los psicólogos llevan a cabo tales exploraciones con seres humanos. Esto es, no se pretende descalificar, o no, los procesos que llevan a cabo los investigadores del neuromarketing o los psicólogos; sino que gracias a las indagaciones se cuestiona si el sujeto tiene o no autonomía, si hay algún respeto por el principio de no maleficencia; pues hay productos que salen al mercado y mas allá de facilitar o ayudar al sujeto hacen todo lo contrario. Por último, se observa que la conducta y los actos de los individuos se ven regidos por las emociones y no por la necesidad; es decir, pasándolo a un plano económico las prácticas y elecciones del sujeto estarán sujetas a los deseos y no a las necesidades primarias.

En los próximos capítulos se demostrará cómo la idea de necesidad y deseo se han mostrado como antítesis, cuando en realidad son complementos. Con esto se darán las pautas para entender cómo la Necesidad se ha ido desplazando a un segundo plano, poniéndose en un primer escalón los Deseos que se construyen desde placer efímero. El resultado es claro, es decir, se presenta una transición de una ética del cuidado hacia una moral del Deseo. Parte de esta construcción se debe no sólo por la contemplación teórica o epistémica de la realidad, sino también del impacto de las circunstancias sociales.

² En inglés M.R. (Motivational Research)

Esta nueva realidad obliga a los profesionales. Conservar la capacidad para innovar, asombrarse y aprender. Sin embargo, la economía emocional considera que las tendencias también cambiarán, la expresión de esta nueva sociedad se ve saturada por el efecto de demostración de los poderosos hacia los más vulnerables, y estos ejercerán también un cambio social que deber ser medido. El marketing emocional debe ser ético, también tiene que anticipar la revolución política del inconformismo, miremos el caso de Libia, Egipto, donde los pobres reclaman disfrutar de las bondades del capitalismo, y en cierta medida todo es cíclico, hoy la devastación del año 2012, ha hecho que los fabricantes de pánico experimenten con nuevos productos, ¿será este el reverso del marketing? Lo cierto es que todas las emociones humanas producen cambios y es nuestro deber anticiparlos. (Cisneros, 2017, p. 69)

El punto que se pone sobre la mesa es la forma en que el sujeto a partir de un producto —y de una persuasión publicitaria—, construye la realidad. Esto es, en una sociedad de hiperconsumo lo que más importante es destacar dos cosas: 1) la forma en que se conforman los preceptos éticos y los códigos morales a partir de una adquisición de una mercancía y 2) el impacto negativo que se produce en el medio o ecosistema en el que se desarrolla el mismo individuo. Por ejemplo sobre el primer punto se contempla que gracias al fetichismo de la mercancía y la sobre valorización del valor de cambio los sujetos empiezan a modificar simbólicamente la teoría de conocimiento. “La propaganda, por ejemplo, no sólo cumple una función vital al promover nuestro crecimiento económico, sino que constituye además un colorido y recreativo aspecto de la vida norteamericana; una buena parte de las creaciones de la publicidad son obras de arte honestas y de buen gusto” (Packard, 1983, p. 15).

Para comprender lo que menciona Packard, la idea de que el marketing no sólo cumple una función vital para la economía, sino también para el estilo de vida. Es sobre este último punto que se debe poner atención, pues se abre paso a que gracias al consumo de mercancías —que en el fondo es el consumo de Deseos— se construye la moral y por ende la ética del individuo contemporáneo. Para lograr entender cómo se desarrolla esa transición es pertinente observar, analizar y reflexionar los hábitos de los individuos.

1.2. Sobre el Hábito y las implicaciones morales

La desesperanza de la Modernidad empezó a tener mayor fuerza en la década de 1920, pues se vive la primera guerra comercial. Después de la Primera Guerra Mundial, los empresarios empezaron un conflicto bélico pero no de armas, sino de mercancías. El sociólogo y filósofo francés Gilles Lipovetsky en la obra: *La Felicidad Paradójica*, esboza una línea de tiempo de la humanidad, pero con la característica de remarcar el proceso industrial y mercantil de la nueva sociedad creada por el capitalismo.

El capitalismo de consumo no nació automáticamente con las técnicas industriales capaces de producir mercancías estandarizadas en grandes series. Es también una construcción cultural y social que requirió por igual la <<educación>> de los consumidores y el espíritu visionario de los empresarios creativos, la <<mano visible de los directivos>>. En la base de economía de consumo se encuentra una nueva filosofía comercial, una estrategia que rompe con las actitudes del pasado: vender la máxima cantidad de productos con un pequeño margen de beneficios antes que una cantidad pequeña con un margen de beneficios. (Lipovetsky, 2013, p. 24)

La Modernidad dejó de mostrarse como algo Racional, ahora se muestra como algo meramente económico. Y es que si se pone atención al avance tecnológico, se contempla cómo deja ese lado humanista-antropocéntrico, pues se convierte en un gran mercado en donde las relaciones personales se vuelven un mero intercambio de mercancías. Es en este punto donde se observa lo que Marx ya proponía en su obra adulta, esto es, “[...] en aquellas donde reina el capital, [[predomina]] el elemento socialmente, históricamente, creado” (Marx, 2011, p.28). En otras palabras la sociedad determinó las condiciones en las que el sujeto se desarrollará.

Algo que hay que destacar son las rupturas que ha presentado el mismo capitalismo a lo largo de su historia. Por ejemplo: desde luego de la crisis económica del 1929, la industria tuvo un giro importante no sólo en la cuestión de la producción, sino hasta la forma de planear las mercancías. De tal recesión económica es que nace la idea —y la práctica—, de la Obsolescencia

Programada. La cual a grandes rasgos se plantea un cambio paradigmático en toda la estructura de la economía. Pues se reconoce que el funcionamiento principal de las sociedades y del sujeto mismo radica en el hábito de comprar, tirar y comprar de nuevo. Resultado tiene una implicación en el ámbito moral, pues las normativas económicas de la Obsolescencia Programada se trasladan al campo de las relaciones sociales; se observa que de igual forma que se adhieren mercancías (y claro se hace presente el esquema: comprar-tirar-comprar) las afecciones sociales se reducen a la misma fórmula.

Todo ideal es precedido por una realidad, pero el ideal es algo más que una repetición en imagen interna de lo real. Proyecta en forma más segura, amplia y completa un bien que se ha experimentado previamente de una manera precaria, accidental y pasajera. (Dewey, 2014, p.28)

Es en ese panorama que ofrece la Modernidad, la cual propone las pautas para comprender el espectro moral desde otro ángulo. El pensador americano John Dewey en su obra: *Naturaleza Humana y Conducta*; hace un análisis de los hábitos del individuo y las causas morales. Reconoce que las prácticas cotidianas son el mejor punto de partida para entender cómo funciona la moral, no desde un imperativo formal, sino desde lo más común y cercano al sujeto. “[...] el sentido común nunca pierde totalmente de vista los dos hechos que limitan y definen una situación moral; uno de ellos es que las consecuencias determinan la calidad moral de un acto; el otro que, en suma, o a la larga, pero no indefinidamente, las consecuencias son lo que son, debido a la naturaleza del deseo y la disposición” (Dewey, 2014, p. 43).

La manera en que argumenta Dewey es magistral, y no en el sentido de que sea la única o la mejor, sino que da justo en el meollo de la problemática del hombre contemporáneo. Pues hace visible el problema que dejó Kant con el Imperativo Categórico y las formas en que el neo-kantismo no ha podido lograr que se lleve a cabo sin que tenga un corte autoritario (en un sentido de una imposición). Sin embargo, no hay que dejar a un lado que la propuesta ética que desarrolla Dewey es de corte pragmatista y con ciertos tildes utilitarista. “Las

virtudes son fines por el hecho de ser medios tan importantes. Ser honrado, valiente o amable es estar en camino de producir bondades naturales específicas o realizaciones satisfactorias” (2014, p. 44).

La critica al formalismo ético es impredecible, pues observa que hay una contradicción entre el principio y las razones que se obtienen por la experiencia. Esto es, hay una tendencia por no conformarse con lo que establece en lo general. La idea que quiere poner sobre la mesa el propio Dewey es la forma en que se comporta el sujeto en la realidad; en la cual se observa la idea de adquirir en todo momento el deseo. La cual si ponemos atención en el modelo económico capitalista pone de manifiesto la tendencia del individuo por no responder a voluntades generales (que se convierten en principios sociales) y buscan el “bienestar” particular.

La palabra “principio” es un eufemismo que se usa para disimular el hecho de la *tendencia*. La palabra “tendencia” es un intento de combinar dos hechos, uno, el que los hábitos tienen cierta eficacia causativa, y otro, que sus resultados, en cualquier caso en particular, están sujetos a contingencias, a circunstancias imprevisibles que hacen que un acto se desvíe de su efecto usual. En caso de duda, no queda otro recurso que apelar al término “tendencia”, o sea, al probable efecto de un hábito a la larga, es decir, sobre el conjunto de resultados. De otra manera estaremos en espera de excepciones que favorezcan nuestro deseo inmediato. Lo malo es que no nos conformamos con probabilidades modestas; por lo que, cuando encontramos que una buena disposición puede funcionar mal, decimos, como Kant, que el funcionamiento, la consecuencia, nada tiene que ver con la calidad moral de un acto o, esforzándonos por lograr lo imposible, deseamos contar con un cálculo infalible de las consecuencias que nos permita medir el valor moral en cada caso específico (Dewey, 2014, p. 45)

La Realidad para Dewey es importante, ya que demuestra la Verdad —tal y como se vera en los próximos capítulos con Epicuro—. Contempla el pensador americano que lo moral, asumido desde el hábito, revela la verdad de la situación del sujeto, ya que caer en el supuesto platónico de que lo moral y lo ético se comprende por lo esencial es evitar la realidad misma. Esto trasladándolo a la crítica de Marx, se contempla el fetichismo de la mercancía; pues solo te esboza

una supuesta Realidad que se construye al momento de adquirir una mercancía. Sin embargo, tal realidad no parte por su valor de uso, sino por el estatus social que te puede generar.

La dificultad radica en el momento en qué se asumen esas supuesta realidades ideales también hay una aceptación de los códigos morales. v.gr. Cuando un sujeto adquirió un producto que le genera un cambio en el estatus social, abandona los marcos normativos que le precedía y acepta los nuevos; imagine que usted adquiere una casa en un lugar de alto prestigio, al momento de entrar en ese circulo acepta los códigos y conductas del nuevo contexto.

Se contempla que el sujeto contemporáneo actúa y responde a las premisas que se ofrecen en los códigos morales. Tal y como lo menciona Leon Olive en su obra: *Pluralismo y Multiculturalismo*, recupera la tesis de John Raz de que los sujetos responden ciertos valores universales, de los cuales si se hace un análisis muy completo se infiere que tal postura llega a ser una posición autoritaria. Esto es, el individuo en el afán de responder y seguir las normativas que se ofrece en los valores universales están cayendo en una perspectiva idealista o utópica.

Las realidades morales deben ser supremas. Sin embargo, son flagrantemente contradichas en un mundo en el que Sócrates bebe la cicuta que corresponde al criminal, y los viciosos ocupan los asientos de los poderosos. Por lo tanto, debe haber una realidad más verdadera y definitiva, en la que la justicia sea pura y absoluta. Algo de esta misma idea se esconde tras toda aspiración hacia la realización de la justicia, igualdad o libertad abstractas. Es el origen de todas las utopías “idealistas” y de todo el pesimismo y desconfianza en la vida (Dewey, 2014, p.46).

Una de las dificultades que presenta el Formalismo Ético, es que al sumir el deber (el carácter deontológico) se apela a la Razón. Algo muy característico de la Modernidad, es que el Antropocentrismo moderno esta basado en la Racionalidad. Una vez que se dió por inaugurada —dicho proceso histórico de la Humanidad—, se presento la encomienda de establecer todo el conocimiento en el uso de la razón; esto es, que todo el saber estuviera sujeto a la estructura lógica y vertical

que la teoría y práctica racional nos ofrece. Resultado de ello, es la cuestión de la autoridad que se desprenden de la Razón, es decir, la limitación y las estructuras marginales (división de saberes y de trabajo) que se establece como punto de partida para el desarrollo del sujeto dentro la sociedad o de manera particular. Como ejemplo de dichas estructuras autoritarias marginales es la relación entre Hombre *versus* Naturaleza; pues es evidente que esta última se mantiene subordinada a los deseos y pensamientos del primero.

1.3. Conclusión

La clave para entender el espectro moral del sujeto contemporáneo tiene que partir desde la construcción del hábito cotidiano. Se hace visible que los códigos morales se hacen presentes en las actividades cotidianas, es decir, en las decisiones qué día tras día el sujeto desarrolla y que de cierta manera expresa la voluntad del mismo. El problema que se hace visible consiste en que la reflexión ética que se hace a la moral parte de casos hipotéticos; esto es, se parten de algún caso concreto pero se queda en una revisión abstracta.

La propuesta de Dewey es contundente en el sentido de que crea las posibilidades de hacer un análisis ético sobre la moral desde lo cotidiano, es decir, relacionándolo con Marx recobrar la importancia de la *praxis*. Sin embargo, algo que se hace presente es la noción del Interés; es decir, el sujeto realiza prácticas y realiza actos sólo en el sentido de generar un beneficio propio. Realmente el problema que se hace visible es cuándo se pretende integrar los intereses particulares con el interés común. Por ejemplo, se observa que el sujeto cuando desean o le interesa algo de manera individual tiene un conflicto con el resto del grupo o sociedad a la que pertenece, pues de cierta manera se pone en juego la lucha por saber cual es el interés primordial si el particular o el comunitario. Esto trasladándolo al campo de la ética de las investigaciones se refleja en lo expuesto al principio del capítulo, es decir, hay problema por ejercer o respetar la autonomía. Sin embargo, se observa que el interés y el Deseo van de la mano y estos a su vez generan una reacción en el pensar y actuar del sujeto. Esto se

puede observar en la economía, pues se hace cada día más evidente que los imperativos económicos se toman como si fuesen principios éticos. La dificultad de los principios éticos-económicos es la determinación que logra llevar al sujeto contemporáneo.

Ante un mundo en donde todo es capitalizado y las relaciones personales se convierten en intercambios de mercancía se hace presente el fenómeno “refracción económica-cognitiva”. La refracción económica-cognitiva surge de la lectura y de los estudios realizados por la neurociencia y el trabajo del Dr. Giacomo Rizzolatti y de su equipo del laboratorio en Parma, Italia. El descubrimiento de este neurocientífico radica en la “neuronas espejo”, es decir en la parte frontal del cerebro (área denominada por la investigación la F5) se desarrolla una descarga eléctrica al momento en que se percibe visualmente cuando un agente externo realiza una actividad frente a otro individuo.

La investigación en el área F5 manifestó que en cuestión cognitiva y en la percepción de la realidad gracias a las neuronas espejo el sujeto puede imitar y realizar ciertas actividades. Ese descubrimiento ha sido uno de los más importantes para el campo de la ciencia y de la epistemología, ya que da las pautas para analizar cómo se adquiere el conocimiento. Sin embargo, también se abre la interrogante de saber si realmente el sujeto es autónomo o si tiene una toma de conciencia al momento de hacer una elección.

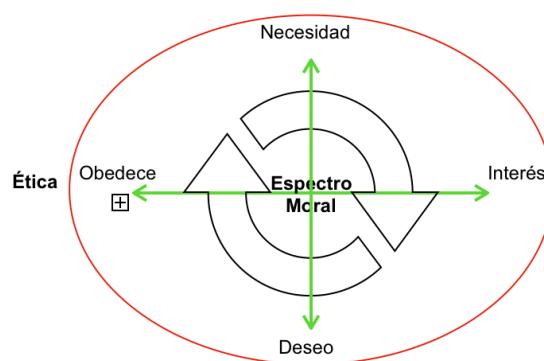
“Se dispara”, como decimos nosotros, y lo hace para codificar ya sea un evento sensorial (ver un objeto o una acción), un actor motor (tomar una manzana) o un proceso cognitivo (el recuerdo de tomar una manzana). (Como hemos visto, en el viejo paradigma de los “comportamientos estancos” cualquier célula codifica una y sólo una de estas tres actividades. Las neuronas espejo codifican dos, lo que rompen la barrera entre la percepción y el movimiento). Tales descargas eléctricas también constituyen el modo en que las células del cerebro envían señales entre sí. (Iacoboni, 2009, p.30)

Los estudios realizados en el laboratorio de Parma en la década de los años 80 y 90 del siglo pasado, fueron la piedra angular para que el neuromarketing pusiera

la mirada sobre ellos. El mercadólogo Martin Lindstrom recupera el trabajo de Rizzolatti y lo lleva al marketing. Se percata que el ser humano tiene un comportamiento, al momento de adquirir una mercancía, igual que las neuronas espejo. Esto es, a través de análisis de casos se percata que una persona imita o refleja las mismas conductas que se reproducen en un centro comercial o en otra perspectiva hay una constante por querer igualar a una personalidad artística o alguna moda, concepto o ideología que representa un movimiento cultural, social o político.

También se debe a las neuronas espejo el que solamos imitar el comportamiento de otras personas. Es una tendencia tan innata que hasta se observa en los bebés (muéstrele la lengua a un bebé y éste seguramente repetirá la acción). Cuando otras personas susurran, tendemos bajar la voz; cuando estamos cerca de personas ancianas, tendemos a caminar mas lentamente; si estamos al lado de una persona con un fuerte acento en un avión, inconscientemente comenzamos a imitarla (Lindstrom, 2010, p.67).

De las conjeturas realizadas por el neurocientífico Rizzolatti y del mercadólogo Martin Lindstrom es que los sujetos no tienen una conciencia total sobre su autonomía. Además, se infiere que la construcción de Necesidades y Deseos se construyen a partir de la “refracción económica-cognitiva”; es decir, la producción y el consumo de mercancías no parte por un uso libre y autónomo del propio individuo, sino es una inercia causal ocasionada por las neuronas espejo. Es evidente que los individuos en su vida cotidiana realizan actos que no logran dimensionar el espectro moral que se llegase a tener y se observa que la dinámica cotidiana y social está inmersa de la siguiente forma:



Se observa que el interés y el obedecer son dos factores que se complementan en la dinámica social; de cierta forma pasa lo mismo con la Necesidad y el Deseo. Las cuatro nociones tienen repercusiones en el espectro moral, sin dejar a un lado que este último forma parte de la reflexión y análisis ético. Por tal motivo lo pertinente para el programa ético es analizar cómo es que el sujeto lleva a cabo las prácticas de consumo en la sociedad capitalista. Para ello es menester profundizar en los conceptos como Deseo, Necesidad, Obediencia e Interés. En el próximo capítulo se desarrolla la idea de cómo es que se desarrolla la cuestión del interés bajo las nociones de Necesidad y Deseos. Para ello es menester entender la propuesta del pensador griego Epicuro, pues las reflexiones que hace entorno a las prácticas de cuidado del hombre y sobre la relación con el Otro (ya sea con otro individuo o naturaleza).

Capítulo II

2. Las enseñanzas de Epicuro

De los deseos, unos son naturales y necesarios y otros naturales y no necesarios, y otros ni naturales ni necesarios sino que resultan de una opinión sin sentido.

Epicuro

Introducción

El siguiente capítulo sólo es una reflexión muy breve sobre el pensamiento y la postura del pensador Epicuro. La apertura al filósofo de el Jardín surge por la exigencia del contexto actual; esto es, se observa que la idea de necesidad se ve desplazada por la noción y el complacimiento de los deseos. Lo perceptible es que las prácticas que conlleva satisfacer los deseos, no parten de una buena práctica de consumo —esto en sentido ético—. Por tal motivo regresar al pensamiento de Epicuro es pertinente, pues al ser humano se le impone un mundo cuya realidad se desarrolla bajo la idea de un hiperconsumo. Consecuencia principal es la falta de toma de conciencia de los actos y prácticas de consumo o producción de necesidades del sujeto; pues ante el bombardeo mercantil no hay espacio para alcanzar la *Ataraxia* (imperturbabilidad).

Para comprender la correlación mundo-naturaleza y alcanzar la *Ataraxia*, es menester observar y entender cómo el sujeto se desenvuelve dialécticamente entre las nociones como Necesidad y Deseo. El momento histórico en el que se desarrolla el individuo contemporáneo se entiende como capitalismo. Tal modelo económico se define por la característica principal que el ser humano experimenta un exceso consumo y sobreproducción de los Recursos Naturales. Como respuesta al impulso de producir y consumir se replantea el estudiar los hábitos de los individuos —principalmente de las personas que habitan zonas urbanas—, pues se contempla que se han modificado; esbozando como fin último un hiperconsumo y una saturación de mercancías en el mercado.

No hay que dejar a un lado las prácticas que se realiza en el capitalismo, pues pone en evidencia la falta de conciencia de los actos del individuo. Por ejemplo en relación con los hábitos, se percibe el pragmatismo; es decir, las actividades de los individuos están sujetas a la utilidad. Problema de esto último es que en la fuerza de carácter no hay una toma de conciencia sobre los actos, pues se hace presente la tecnificación de los mismos. Como parte de la dinámica social, cultural y económica del capitalismo se contempla que los Deseos se vuelven los puntos de partida —y de llegada—, para la realización material de la Realidad; esto es, se parten de nociones abstractas o sentimientos ajenas a la necesidad y que de manera directa enajena al sujeto.

La lucha constante entre Necesidad y Deseo se hace presente desde tiempos remotos de la civilización occidental. Es en el periodo Helénico en donde el Deseo tiene un papel fundamental no sólo por la simple idea de materializarlo, sino desde una perspectiva ética-moral se prepondera como un punto de partida para la comprensión del ser humano y del mundo mismo. Son las escuelas como el Cinismo, el Estoicismo y el Epicureísmo las primeras corrientes teóricas —y prácticas—, que hacen una reflexión filosófica entorno al concepto de Deseo, Placer y Necesidad.

Para fines de la presente investigación sólo nos enfocaremos en las enseñanzas de Epicuro; pues tal y como se ha mencionado en líneas pasadas las reflexiones y consejos que ofrece el pensador de Samos, entorno al Placer y al Deseo, serían pertinentes para delimitar el análisis de las prácticas de los sujetos contemporáneos. Se podría inferir que tanto la época Helenística, como el tiempo presente, no están alejados; si bien se entiende que la brecha de siglos y desarrollo de tecnología y cultura son avanzados, se percibe que de manera *per se* tienen ciertas características en común. v.gr. Algo primordial de ambos períodos es la constante definición y búsqueda de la Felicidad.

La idea de encontrar la Felicidad —o en el mejor de los casos de conseguirla—, se ha vuelto un imperativo del sujeto. Es evidente que no sólo el

Helenismo se planteaba la noción de Felicidad, pues hoy la historia nos demuestra que tales objetivos se siguen planteando. Si se analiza las circunstancias históricas del sujeto contemporáneo se observa cómo se plantea dicha idea de Bonanza o Satisfacción se transfigura. “En la economía emocional la innovación es una constante búsqueda por satisfacer cada vez más los deseos reprimidos del hombre, por lo tanto innovación no tiene fin, no intenta descansar, está en tiempo real y nunca termina (Cisneros, 2017, p. 35). Lo que es interesante es que tanto para los helenísticos y para el sujeto contemporáneo no hay una noción abstracta —o una causa principal o final—, que determine el camino de la felicidad, sino todo lo contrario se percibe que en los períodos mencionados la Felicidad se inicia y se fundamenta desde lo material, es decir, 1) entendiendo la importancia del cuerpo y 2) la implicación de la naturaleza en la formación epistémica y ética del hombre.

Para comprender la noción de Felicidad —y las prácticas que se generan alrededor de la misma—, es pertinente analizar la obra de Epicuro. En la Epístola a Meneceo y en las Máximas Capitales en las que se pueden encontrar ciertas claves para lograr un ejercicio ético desde el mismo acto, sin necesidad de hacer un análisis a la marcos normativos o de los códigos morales. Lo interesante de la escuela helenística es que la manera en que empleaban la toma de conciencia en la *praxis*; es decir, se plantea una ética de virtudes a través del reconocimiento del acto mismo.

El problema que se observa en las sociedades contemporáneas consiste en que las prácticas de los individuo no existe una toma de conciencia sobre el acto mismo; esto es, realizan hábitos que son una repetición e imposición de otras voluntades. Por ejemplo, al momento de que cambian las necesidades, los hábitos se ven modificados. Resultado de esto último es la apelación a los deseos de otras voluntades. En el momento en que se impone una mercancía que el sujeto no ocupa, pero que gracias a los dispositivos de control se muestra como

“necesario”; en ese momento el sujeto está fuera de la prudencia y entra en un estado de excitabilidad.

¿Alguna vez ha cambiado de opinión, tiempo después, con respecto a un producto que en un principio no le interesó o hasta le produjo repulsión? ¿Quizá un estilo de calzado que le pareció horrendo (por ejemplo los Crocs) hasta que comenzó a verlo en cada tercer par de pies en la calle? Súbitamente pasó de pensar <<Son feos>> a <<Tengo que comprarme unos ya mismo>>. La cuestión es que, algunas veces, el simple hecho de ver un producto una y otra vez lo hace más deseable. (Lindstroms, 2010, p. 73).

Haciendo un análisis profundo sobre la forma en como los requisitos para sobrevivir cambian o se transforman, se observa una lucha antagónica entre Necesidad y Deseo; pues se contemplar como los sujetos se desprende de la materialidad primordial para entrar en un juego de voluntades. Entiéndase que la Necesidad representa la constitución de lo material de la realidad y de sus productos que el sujeto construye a partir de la misma, es decir, de manera holística el concepto al enunciarlo simboliza la conexión del hombre con la naturaleza. El Deseo es lo contrario de la Necesidad, puesto que figura el lado abstracto —o los sentimientos—, ajenos a la necesidad y que de manera directa enajena al sujeto. Resultado de la confusión entre Necesidad y Deseo es la creación de una sociedad enfocada al Hiperconsumo. Por tal motivo a partir del análisis que existe entre lo material y lo deseable es pertinente generar una serie de Acuerdos Mínimos para un procurar una buena práctica de consumo en el individuo.

2.1 La Ataraxia: Necesidad y Deseo

El pensamiento de Epicuro radica en dos imperativos: 1) el reconocimiento de lo material como fuerza primordial para el ser humano y 2) alcanzar la Felicidad a partir de la *Ataraxia*. Sobre el primer punto se abre paso para una interpretación materialista por parte del pensador de Samos, pues se infiere que la epistemología que desarrolla, y la forma que plantea la Realidad, parte de la relación hombre-naturaleza. “Las personas que se aferran a una sola explicación chocan con los

hechos de experiencia diaria y se desentienden de examinar si esa interpretación es posible al hombre: (Epicuro, 2012, p.78).

Para Epicuro la epistemología comienza desde la experiencia misma del sujeto, dejando en claro qué para comprender y construir la realidad se comienza por las actividades que el mismo individuo desarrolla en dicho lugar. Para fines de la investigación el punto importante es que el sujeto no logra entender que existe cierto saber o conocimiento absoluto, sino que comprende la realidad a partir de lo particular; pues el ser humano establece los criterios mínimos para reconocer algunos principios epistémicos y por ende éticos. Es importante destacar que Epicuro rechaza la idea de partir de la experiencia particular para establecer verdades universales, sino la labor que él desarrolla es lo contrario a tal encomienda. Para el pensador de Samos sostiene: “[...] debe uno guardar bien en su mente la imagen de cada fenómeno, y, entre las explicaciones conectadas con esa imagen, debe uno tomar las que la realidad de los hechos ocurridos ante nosotros no contradice que se efectúan de varias maneras” (2012, p. 74).

En la carta a Pítocles, Epicuro explica cómo funciona los fenómenos celestes y de manera implícita la relación del hombre con la naturaleza. El punto que quiere llegar el maestro de el Jardín es:

Pero todo dedícate al estudio de los principios, de la inmensidad y de las cuestiones afines a éstas, y también de los criterios de interpretación de los sentimientos y de aquella finalidad con vistas a la cual obtenemos estas deducciones. Pues estos elementos básicos, si se analizan con toda precisión, harán que analicemos fácilmente las causas relativas a las cuestiones parciales. En cambio, los que se encariñen lo máximo posible con los procedimientos señalados no podrán analizar bien estas misas cuestiones parciales no lograran (sic) alcanzar el objetivo en razón del cual es menester analizar estos hechos parciales (Epicuro, 2012, p.86).

Para comprender al sujeto contemporáneo —y las implicaciones morales-éticas que tienen él mismo—, en las dinámicas sociales es importante entender la relación material que emplea dicho agente social. Lo que se pretende decir es que para ejercer un análisis ético sobre la construcción de la sociedad y de las reglas

que de ella emanan es menester saber cómo es la relación hombre-naturaleza. Parte de ese estudio radica en identificar la importancia de los objetos obtenidos de los recursos naturales. En la era histórica del presente los objetos (mercancías) si bien proceden de la naturaleza el hombre no identifica las implicaciones morales que quizá el objeto pueda designar.

El punto al que se quiere llegar es a la toma de conciencia que se genera en el propio acto. Un problema es que el acto por sí mismo es puro, pero una vez que se ejerce en “pro” de algo —ya sea para transformar la naturaleza o para adquirir algo—, ese acto mismo deja de ser puro y se des-configura, se vuelve un acto moral. Se reconoce como puro, en el sentido de que hay un reconocimiento de la realidad y se considera como algo primordial para el sujeto (donde se puede reconocer como ético). Por tal motivo cuando Epicuro habla de la experiencia está haciendo referencia a la importancia del acto, esto es, considera el pensador de Samos que la fuente primera para generar conocimiento es el acto mismo, la *praxis*. Tal y como se reconoce, la dificultad es la dirección del acto; es decir, cuando éste último no tiene ese cobro de conciencia y se ejerce sólo para obtener un interés.

Como parte de la reflexión crítica-filosófica que se ofrece en la ética, se identifica el desempeño del individuo en cuanto a las prácticas que desempeña. Desde el ámbito epistémico se contempla un análisis que inicia de un idealismo; es decir, construyen la realidad a partir de una abstracción de lo material. El claro ejemplo del idealismo se representa en el Deseo, pues se considera como algo abstracto pero que tiene un referente material. En tal correlación —de lo ideal a lo material—, se presentan implicaciones epistémicas; ya que se plantea el mundo, las relaciones afectivas, etc., desde un subjetivismo, privando o haciendo menos lo material. Consecuencia de eso es que se piensa que la toma de conciencia sobre los actos se hará desde lo metafísico. La idea que apela Epicuro es que para alcanzar la Felicidad se debe entender la importancia de lo material (en este caso de lo que ofrece la naturaleza). El materialismo no es sólo la contemplación

del objeto o de la Totalidad concreta, sino es la transformación de la naturaleza y de la construcción inter-personal que se logran en la vida cotidiana:

El problema de si al pensamiento humano se le puede atribuir una verdad objetiva, no es problema teórico, sino un problema *práctico*. Es en la práctica donde el hombre tiene que demostrar la verdadera, es decir, la realidad y el poderío, la terrenalidad de su pensamiento. El litigio sobre la realidad o irrealidad de un pensamiento aislado de la práctica, es un problema puramente *escolástico* (Marx, 1980, p.426.).

Sobre la Felicidad comentará Epicuro en la Carta a Meneceo lo que entiende por Verdad. Comienza interrogando: ¿En qué momento nos deberíamos interesar por la Felicidad? Lo que deja en evidencia es qué dependiendo de la edad del ser humano —ya sea de niño, joven, adulto o anciano—, se establecen diferentes derroteros que en su momento el individuo condiciona y designa como Felicidad. Realmente lo que pone de manifiesto Epicuro es por qué el hombre percibe la Felicidad como algo alejado (como si fuese algo sólo del futuro) y no como algo que se práctica día con día.

Ni por ser joven demore uno interesarse por la verdad ni por empezar a envejecer deje de interesarse por la verdad. Pues no hay nadie que no haya alcanzado ni a quién se le haya pasado el momento para la salud del alma. Y quien asegura o que todavía no le ha llegado o que ya se le ha pasado el momento de interesarse por la verdad es igual que quien asegura o todavía no le ha llegado o que ya se le ha pasado el momento de la felicidad. De modo que debe interesarse por la verdad tanto el joven como el viejo, aquel para al mismo tiempo que se hace viejo rejuvenecerse en dicha por la satisfacción de su comportamiento pasado, y éste para al mismo tiempo que es viejo ser joven por su impavidez ante el futuro. Así, pues, es menester practicar la ciencia que trae la felicidad si es que, presente ésta, tenemos todo, mientras, si está ausente, hacemos todo por tenerla. (Epicuro, 2012, p.87).

La cuestión ética en Epicuro se hace presente no en sentido de Formalismos o Principios, sino como algo que se representa de manera práctica, esto es, en acciones que día tras día el sujeto va empleando junto con el otro. Lo que sí hay en la reflexión de dicho pensador es que las Verdades Absolutas, en lugar de incitar a pensar al hombre y saber diferenciar entre lo bueno o lo malo (lo que le es conveniente o no), sólo lo adoctrinan. Algo que se hace presente en la

construcción de un principio absoluto es que no se puede llevar a cabo de manera particular entre los hombres. Además, que en la interpretación puede darse falsas suposiciones.

Como parte del análisis se percibe un movimiento dialéctico; esto es, Epicuro hace referencia a lo negativo. Esto último consiste con las falsas suposiciones que se conjeturan en las premisas generales que se hacen en la comunidad. Tenga en cuenta que el objetivo principal del epicureísmo es hacer notar que no hay saberes generales que se cumplan para todos; *v.gr.* “[...] el común de las gentes (sic) unas veces huye de la muerte por considerarla la más grande de las calamidades y otras veces la añora como solución a las calamidades de la vida” (Epicuro, 2012, p. 88). En el fondo lo que hay es una invitación a vivir la vida, no de manera aislada o secularizada —como se hace en el presente—, sino que se experimente a vivirla; que los seres humanos salgan al mundo y lo conozcan: “Pero el sabio ni rehusa vivir ni teme no vivir, pues ni le ofende el vivir ni se imagina que es un mal el no vivir. Y de la misma manera que la comida no prefiere en absoluto la más abundante sino la más agradable, así también disfruta del tiempo no del más largo sino del mas agradable” (Epicuro, 2012, p.89).

¿Por qué no hay esa emancipación del sujeto para el disfrute de la vida y atienda el Placer (en sentido de Felicidad y no de los Deseos efímeros)? Sostendrá el pensador de Samos que el hombre no se atreve a conocerse y a experimentar el Placer, porque existe el temor y dolor. Como parte de la vida existe el dolor y el miedo, las cuales al momento de hacerse presente en el ser humano, como respuesta, busca es el gozo. Es esa búsqueda de tratar de eliminar o mitigar el dolor o el temor que cuando se exhibe lo único que se hace es acabar con dichos miedos o dolores, pero que tal mal o pánico nunca se van. “Pues todo lo que hacemos por esto, para no sentir dolor ni temor” (Epicuro, 2012, p.89).

La herencia que nos deja el pensamiento de Epicuro consiste en la forma de entender la Felicidad y aceptar la ética desde una perspectiva no tan rígida —

como se concibe en el kantianismo o en la reflexión ética de Dewey—, ni con la perspectiva a futuro. Dentro de una sociedad de consumo, el placer se muestra como un exceso y efímero. No hay que dejar a un lado las repercusiones que conlleva lo efímero, pues se incita al sujeto a que entra más rápido sea consumidos, los actos tendrá efectos positivos. Esto último se hace visible en los hábitos y prácticas que tienen los individuos en la vida cotidiana.

Las enseñanzas de Epicuro estaban enfocadas para entender que la ética no consistía en establecer virtudes de condiciones metafísicas y ni mucho menos comprender que la Felicidad —parte primordial para la forja de carácter—, era un punto lejano que el hombre tiene que llegar. Es a partir de los actos inmediatos o hábitos cotidianos que los individuos establecen los códigos de conducta moral, que regulan la relación con el otro y con la naturaleza. Sobre las reflexiones que ofrece el pensador de Samos sobre la conducta del hombre, lo dirigen a establecer que la idea de cumplir los deseos; y el temor al dolor, produce en la toma de decisiones que sean en casos negativas para el sujeto mismo.

Epicuro establece que hay deseos naturales y otros que son vanos, que en dichos deseos unos son necesarios y otros simplemente naturales. La satisfacción de cumplir con los deseos es para evitar el temor y no sentir dolor. ¿Pero hasta qué punto el cumplir el deseo deja de ser ese factor que evita el dolor y el temor, y se vuelve en un vicio? Contestara Epicuro que la línea es delgada, entre la satisfacción del temor y de caer en el vicio, pues es menester entender la percepción del gozo. “Pues tenemos de necesidad de gozo sólo en el momento en que sentimos dolor por no estar con nosotros el gozo, pero cuando no sintamos dolor ya no estamos necesitados de gozo. Por esta razón afirmamos que el gozo es el principio y el fin de una vida dichosa” (Epicuro, 2012, p.89). Lo que pretenderá Epicuro es que el punto primordial para la comprensión del hombre sobre el mundo, y la relación con el otro, consiste en experimentar el gozo. Según él, es el bien primero que el hombre persigue y que de alguna manera ese bien condiciona las elecciones que el mismo sujeto.

Como parte del universo denominado gozo, se pueden percibir ciertos niveles de gozos. Esto es, no cualquier cosa que ayude a evitar el dolor o a renunciar al temor se aceptan como gozo. v.gr. el gozo que te genera el comer se puede considerar como un deseo natural y necesario, pues sin ello la existencia del ser humano sería imposible. Al momento de cumplir con ese deseo se mitiga el temor a morir, porque el gozo de comer cumple con el cometido, satisfacer el deseo. El problema es que los hombre presentan la constante de ver los gozos como algo que más allá de mitigar el temor y el dolor; lo que hacen es experimentar y extender el mayor tiempo posible el gozo o en su defecto el querer cumplir con el deseo una y otra vez.

Pues hemos comprendido que ése es el bien primero y congénito a nosotros, y condicionados por él emprendemos toda elección y repulsa y en el terminamos, al tiempo que calculamos todo el bien por medio del sentimiento como si fuera una regla. Y en razón de que ése es el bien primero y connatural a nosotros, por eso mismo tampoco aceptamos cualquier gozo sino que ha veces que renunciamos a muchos gozos cuando de éstos se derivan para nosotros más dolores que gozos, y hay veces que consideramos muchos dolores mejores que los gozos, concretamente cuando, tras haber soportado durante mucho tiempo los dolores, nos sigue un gozo mayor. (Epicuro, 2012, pp. 89-90).

En la definición o concepción del gozo, Epicuro hace referencia a que no se trata de la satisfacción de los vicios, sino los que se proyectan en los placeres. Los placeres no son esos deseos simples y vanos que se desprenden del cuerpo o de la imaginación, sino aquellos que procuran al hombre y le permiten alcanzar la *Ataraxia*.

“[...] pues, cuando afirmamos que el gozo es el primordial, no nos referimos que el gozo es el fin primordial, no nos referimos al gozo de los vicios y al que se basa en el placer, como creen algunos que se desconocen o que no comparten nuestros mismos puntos de vista o que nos interpretan mal, sino al no sufrir en el cuerpo ni estar perturbados en el alma.” (Epicuro, pp.90-91, 2012).

2.3. Conclusión

El replantear una ética desde el contexto del sujeto contemporáneo, se exige que inicie desde lo más primordial; esto es, la satisfacción de los Deseos, los Placeres

y las Necesidades. Las enseñanzas que deja Epicuro al mundo parten de lo cotidiano. Tal y como se ha mencionado, el objetivo del epicureísmo no consiste en establecer verdades absolutas, sino todo lo contrario la verdad se traduce como la práctica de la Felicidad, la que se aparece en cada acción del sujeto. Al momento de poner en evidencia la actividad, la forma en que se plantean y diferencian los Deseos, de los placeres y de la necesidades se puede dar un paso al cambio de los códigos y conductas de los seres humanos frente a su misma especie, con otras y con la naturaleza.

Epicuro sostiene que es importante el reconocimiento del cumplimiento del gozo, esto es, cuando ya cumplió con su cometido y no perturba al individuo, es cuando se hace uso de la sensatez. Lo prudente no se inspira en el interés, sino es la toma de conciencia que se tiene de la realidad. El principal problema que se enfrenta el sujeto contemporáneo es el interés y la satisfacción del mismo sin importa lo que pase. Se toman decisiones con base al interés que gira alrededor de los objetos que satisfacen los deseos vanos.

Sin embargo, la dificultad se agrava cuando el interés en lugar de reconocer los deseos o necesidades del cuerpo lo único que apela es a lo que dicta la voluntad de otro. v.gr. En las sociedades de consumo, la ideología que se reproduce se fomenta la idea de acumulación; esto es, que entre más posibilidades tenga el individuo de adquirir mercancías se superará como persona en la esfera social.

Como descendientes de unas sociedades de cazadores y recolectores, todos estamos programados para acumular, pero hay que reconocer que, por estos días, el hábito de colecciónar ha alcanzado niveles extremos. En un artículo de the New York Times aparecido en 1981 bajo el título de <<Living with Collections>>, se decía que cerca del 30% de los estadounidenses tienden a acaparar —y esta cifra continua creciendo gracias los mercados de segunda mano en Internet—. En 1995, el mismo año en que eBay inauguro su sitio virtual, las ventas de la industria de objetos de colección alcanzaron la cifra de 8.200 millones de dólares. Actualmente hay 49 millones de usuarios —muchos de ellos coleccionistas — registrados en el sitio de eBay (Lindstrom, 2010, p. 112).

El mensaje que emite el interés impuesto del Neo-liberalismo consiste en que entre más se trabaje, dichas posibilidades de adquirir una mejor vida se amplia. La dificultad radica en que las condiciones materiales en las que se desenvuelve el sujeto no corresponde con la ideología que se propaga. Esto es, el individuo no da cuenta de que no tiene el capital suficiente para superar la condición económica-social que le precede, puesto que no tienen los medios necesarios para adquirir mercancías que le generan el estatus social que desea.

El interés no es la mejor forma de dirigir lo sensato, pues si existiese esa relación sería evidente que el sujeto sólo trabajaría lo necesario para existir. Pero eso no sucede, ya que el mensaje que se expresa en la ideología que se impone consiste en que lo sensato es trabajar lo más que se pueda para mejorar las condiciones materiales. Si este hecho realmente sucediera los obreros que pasan ocho horas trabajando tendrían mejor calidad de vida o en su defecto todas las personas que laboran todo el día —hasta la noche—, tendrían las mercancías suficientes que generaran el estatus social más alto. Para lograr hacer un diferencia entre lo sensato y el interés es menester entender: 1) como se hacen presentes las relaciones personales en las sociedad de consumo contemporáneas y 2) comprender el Hábito desde la *praxis* —esto partiendo de la perspectiva de Marx—, pues lograría establecer que el interés no responda a los deseos vanos que solo perturban al individuo, sino a los gozos que conducen a la *Ataraxia*.

Capítulo III

3. Marx y la noción de la *praxis*

La teoría materialistas de que los hombres son producto de las circunstancias y de la educación, y de que, por tanto, los hombres modificados son producto de circunstancias distintas y de una educación distinta, olvida que las circunstancias se hacen cambiar precisamente por los hombres y que el propio educador necesita ser educado. Conduce, pues, forzosamente, a la división de la sociedad (así, por ej., en Roberto Owen) La coincidencia de la modificación de las circunstancias y de la actividad humana solo puede concebirse y entenderse racionalmente como *practica revolucionaria*

Karl Marx

Introducción

El punto de partida para entender a un Marx, desde una perspectiva ética, sólo es posible haciendo una separación dentro de su obra. La clasificación radica entre sus textos filosóficos y económicos. Para esbozar algunos preceptos éticos desde el pensamiento de Marx es importante destacar la percepción del mundo que expresó Epicuro y el resultado de la crítica que hace al materialismo de Ludwig Feuerbach.

La base epistémica de Marx fue la dialéctica de Friedrich Hegel y el materialismo de Feuerbach. Del primero rescató la forma en que se plantea la Realidad, esto es, más allá de comprender la dialéctica como un método de análisis conceptual, es una forma de concebir el fenómeno que se revela en el mundo. Del materialismo de Feuerbach más allá de recuperar alguna característica, le sirvió al propio Marx para plantearse dos cosas: 1) El materialismo, hasta la propuesta de Feuerbach, se quedaba en la mera contemplación y 2) la *praxis* (la actividad sensorial humana), es el fundamento principal del materialismo.

La dialéctica que plantea Hegel es una forma de comprender realidad y cómo se revela el sujeto. Hasta antes de Immanuel Kant la forma de concebir el mundo daba la impresión de concebirla como si fuese bidimensional; esto es, imaginé que todo lo que hay enfrente tiene estas características: tiene un largo, un ancho, es ajeno al sujeto y se extrae del mundo real a la razón o la idea. Para entender la forma en que plantea Hegel de entender la realidad, es necesario partir de Kant y de Baruch Spinoza. El creador de la Crítica de la Razón Pura, en lugar de preguntarse el cómo es que se conoce la realidad, plantea que la posibilidad de entender el mundo es a través de la manera en que se concibe el Fenómeno. Éste último se devela al sujeto ofreciendo una apariencia y una característica tridimensional; es decir, el individuo forma parte de la realidad y no cómo algo ajeno, sino como algo un fenómeno que interactúa con otros fenómenos. De Spinoza rescata el Monismo, esto es, que no hay un dualismo como lo plantean Platón (*Eidos e Hyle*), sino que el ser humano proviene de la Substancia y lo que percibimos en este mundo son Atributos de esa Substancia.

Hegel parte de que la realidad no es ajena al individuo, sino que el mismo sujeto interactúa en lo concreto. Es importante destacar que el pensador alemán no está diciendo que la realidad tienen voluntad o conciencia de sí misma. La noción de que el hombre se relaciona con el mundo es porque de ella se tiene experiencia y a su vez se proyecta en el sujeto como algo ajeno. Esto último lo señala como lo negativo, es decir, no como algo malo, sino como lo contrario al sujeto pero con la cualidad de que en dicha proyección la persona se comprende.

No concibe la diversidad de los sistemas filosóficos como el desarrollo progresivo de la verdad, sino que sólo ve en la diversidad la contradicción. El capullo desaparece al abrirse la flor, y podría decirse que aquél es refutado por ésta; del mismo modo que el fruto hace aparecer la flor como un falso ser allí de la planta, mostrándose como la verdad de ésta en vez de aquélla. Estas formas no sólo se distinguen entre sí, sino que se eliminan las unas a las otras como incompatibles. Pero, en su fluir, constituyen al mismo tiempo otros tantos momentos de una unidad orgánica, en la que, lejos de contradecirse, son todos igualmente

necesarios, y esta igual necesidad es cabalmente la que constituye la vida del todo. (Hegel, 2012, p.8)

Lo que interesa a Marx sobre movimiento dialéctico hegeliano es la cuestión de qué la Realidad está en circulación; esto es, en una constante transformación de la naturaleza y del propio sujeto. La percepción de la realidad se une con la existencia del sujeto, es decir, la perspectiva que tiene Hegel del fenómeno es ambas —el individuo y la realidad—, están en una interacción mutua, en movimiento. El motivo principal de esa circulación es la negación. Lo negativo o la contradicción no se formulan desde el aspecto moral como si fuese algo malo o incorrecto, sino que se entiende como algo que complementa al fenómeno o lo termina de complementar. En tal sintonía se cuestiona: ¿qué es la realidad? El pensador checo, Karel Kosik en *Dialéctica de lo concreto*, da como respuesta: “Si es un complejo de hechos, de elementos simplísimos y directamente inderivables (sic), de ellos se desprende, en primer lugar, que lo concreto es el conjunto de *todos* los hechos, y, en segundo lugar, que la realidad en su concreción es esencialmente incognoscible, puesto que es posible añadir a todo fenómeno nuevas facetas y aspectos [...]” (Kosik, 1963, p. 55).

El comprender la realidad como Totalidad parte del Monoteísmo de Baruch Spinoza, en donde el sujeto “comprende la realidad en sus leyes internas y descubre, bajo la superficialidad y casualidad de los fenómenos, las conexiones internas y necesarias se oponen al empirismo que considera las manifestaciones fenoménicas y casuales, y no llega a la comprensión de los procesos de desarrollo de lo real. (Kosik, p. 53, 1963). Lo que se rescata de la propuesta dialéctica hegeliana y la sustancia de Spinoza es la posibilidad de entender que el sujeto no es ajeno a la naturaleza y a lo que produce y transforma de la misma. Por lo tanto, más allá de transformar su entorno, lo que hace es transformarse así mismo.

3.1 La noción del Trabajo como una categoría Ética

Marx inicia la crítica al sistema capitalista desde este punto, es decir, comienza por descubrir epistemológicamente como el hombre concibe y construye

el mundo. Parte del análisis de Feuerbach y de la época histórica que le acontecía al hombre en su tiempo. El pensador de Tréveris se percató de que el materialismo de Feuerbach carecía de algo, esto es, en el proceso de comprensión y abstracción (epistémico) seguía reproduciendo la propuesta de Hegel. La crítica que hizo a la propuesta antropológica de Feuerbach se centra en doce tesis, la primera deja en claro dos cuestiones: 1) la percepción epistémica de Marx y 2) el materialismo que se pregonaba en esas épocas se quedaba en la mera contemplación.

El defecto fundamental de todo materialismo anterior —incluyendo el de Feuerbach— es que sólo concibe el objeto, la realidad, la sensoriedad, bajo la forma de objeto [*objekt*] o de *contemplación*, pero no como una *actividad sensorial humana*, como *práctica*, no de un modo abstracto, ya que el idealismo, naturalmente, no conoce la actividad real, sensorial, como tal. Feuerbach quiere objetos sensibles, realmente distintos de los objetos conceptuales; pero tampoco él concibe la actividad humana como una actividad *objetiva*. Por eso, en *La esencia del cristianismo* sólo considera la actitud teórica como la auténticamente humana, mientras que concibe y plasma la práctica sólo en su forma suivamente judaica de manifestarse. Por tanto, no comprende la importancia de actuación “revolucionaria”, práctico-crítica (Marx, 1980,p.426).

En la primer *Tesis sobre Feuerbach*, Marx deja en claro cual será el cimiento de su pensamiento —y de cierta manera tiene una relación con las enseñanzas de Epicuro—, es decir, comienza por entender la relación del hombre con el mundo a través de la actividad sensorial humana, el hábito y la práctica. La crítica contundente a Feuerbach consistió en que más allá de generar una ruptura con el pensamiento de Hegel seguía reproduciéndolo. Lo único que consiguió fue pasar de un idealismo a un antropocentrismo puro. La propuesta de Feuerbach se basa en reconocer las propiedades del hombre tal y como es, es decir, la *aléthia*, no consistía en ver al sujeto dialécticamente, sino observarlo tal y como se representa en este mundo. En otras palabras, el mundo es el propio hombre y con base al mismo se construye la Realidad material.

El punto que impulsa a Marx, para criticar a Feuerbach, consiste que dentro del antropocentrismo que propone no rescata la noción de la *praxis*, ésta última

entendida como una parte fundamental para construir la realidad. En la edificación de la materialidad se encuentran las relaciones interpersonales. Haciendo un ejercicio más agudo, dentro de la correspondencia de los sujetos se dan los códigos morales y los preceptos éticos que regularán los vínculos que se logren. La propuesta de Marx en este punto no sólo es entender la realidad como una Totalidad, sino que la cimentación del mundo parte de la *praxis*. Por tal motivo sostiene en las *Tesis sobre Feuerbach* que el problema de la filosofía —y de las carreras a fines del humanismo—, es que no contempla a la práctica como aquella arma revolucionaria, no de la sociedad, sino de la Realidad; es decir, la *praxis* es la revolución transformadora del mundo y del sujeto. “Feuerbach, no contento con el *pensamiento abstracto*, apela a la *contemplación sensorial*; pero no concibe la sensoriedad como una actividad práctica, como actividad sensorial humana” (Marx, 1980,p.427).

Para comprender a un Marx en el presente, en donde lo único que precede al individuo contemporáneo es la crisis social y ecológica, es importante hacer cada vez más visible el fenómeno de la destrucción del ser humano racional por sí mismo. Para entender y salir de esa dificultad, es menester partir de lo concreto; esto es, de las prácticas y de los hábitos que desarrollan en la realidad económica-material que le antecede. El materialismo no es sólo la contemplación del objeto o de la Totalidad concreta, sino es la transformación de la naturaleza y de la construcción inter-personal que se logran en la vida cotidiana:

El problema de si al pensamiento humano se le puede atribuir una verdad objetiva, no es problema teórico, sino un problema *práctico*. Es en la práctica donde el hombre tiene que demostrar la verdad, es decir, la realidad y el poderío, la terrenalidad de su pensamiento. El litigio sobre la realidad o irrealidad de un pensamiento aislado de la práctica, es un problema puramente *escolástico* (Marx, 1980, p.426).

En este punto hay una correlación Marx-Epicuro, pues ambos pensadores entienden que el materialismo se constituye a través de la *praxis* que el hombre desempeña en la simple vida cotidiana. La diferencia entre el pensador de Samos y el de Tréveris consiste en la percepción de la *praxis*. El primero sostendrá que la

praxis se revela cuando se satisface el Placer y los Deseos, ¿cómo se llega a eso? pues será en el hábito en donde se va desarrollando el gozo. Para el pensador alemán, sostendrá que la cualidad mencionada, se logra por medio la noción Trabajo.

Para entender la noción de Trabajo hay que asumirla de manera histórica; esto es, se asume como aquella facultad del ser humano que desarrolla para transformar o crear algún objeto proveniente de la naturaleza. Dependiendo del despliegue histórico de la humanidad, dicho concepto se va posicionando socialmente y se interpreta en el individuo de diferente manera —correspondiendo a la determinación social—. Para Marx la actividad humana sensorial, la *praxis*, sólo tiene sentido cuando se lleva a cabo en la noción del Trabajo. “El trabajo no sólo produce mercancías; se produce también a sí mismo y al obrero como *mercancía*, y justamente en la proporción en que produce mercancías en general (Marx, 1984, p.69). Lo primero que hay que destacar es la relación naturaleza-hombre, pues ésta es posible por la realización del trabajo; es decir, se reconoce a la naturaleza —y el mismo hombre se reconoce en sí—, gracias a la transformación de la misma en productos de supervivencia o en mercancías. “El obrero no puede crear nada sin la naturaleza, sin el mundo exterior sensible. Es el material con el cual se realiza su trabajo, en el que es activo, del cual y por medio del cual produce” (Marx, 1984, p.70).

Se reconoce que dentro del Trabajo hay dos momentos, los cuales son claves para entender el sentido de la *praxis* revolucionaria y el hábito; éste último cómo aquello que se repite y en que el sujeto no tiene conciencia de lo que está realizando en el acto. Para entender la relación —naturaleza-hombre—, sólo es posible por la noción de Trabajo. Realmente no es otra cosas que afirmar que la actividad realizada tiene como finalidad crear o transformar el medio para la supervivencia del sujeto. En el fondo se hace vidente la actividad sensorial humana como práctica revolucionaria, pues se hace un cobro de conciencia. Dicho de otro modo, se modifica el medio ambiente pero teniendo en claro que sólo se

realiza para satisfacer una necesidad y no un deseo impuesto por otro sujeto o por una clase social.

La crítica que hace Marx a los modos de vida que se desarrollan en el capitalismo es la cuestión del trabajo enajenado — la enajenación se puede entender como aquel hábito en el cual el individuo no tiene conciencia de clase y ni de sí mismo—. Una vez que se establece el sistema capitalista como el punto de partida —y lugar en donde se desenvuelve el sujeto y la sociedad—, se tiene como consecuencia negativa que el Trabajo deja de tener esa característica de ser una práctica revolucionaria. Dentro del modo de producción capitalista la noción de Trabajo se convierte en enajenación.

Las leyes de la economía política reflejan de este modo el enajenamiento del obrero en su objeto: cuanto mas lo produce, menos tiene que consumir; cuanto más valores crea, más desposeído, menos valioso se hace; cuanto más perfecto es su producto, más imperfecto se hace el obrero; cuanto más civilizado es su objeto, más bárbaro se hace el obrero; cuanto mas poderosos se hace el trabajo, más inerme se hace el obrero; cuanto más ingenioso se hace el trabajo, más torpe se hace el obrero y más esclavo de la naturaleza (Marx, 1984, p.71).

La *praxis* estará sujeta no a la voluntad o necesidad del hombre, sino a los deseos que se imponen en la sociedad (o la burguesía). El problema que destaca Marx es la nubosidad que se genera alrededor de la noción de Trabajo en el capitalismo. La enajenación es la causante principal de que el individuo no pueda obtener una conciencia objetiva de las necesidades biológicas; además, de que gracias a dicha enajenación es más fácil que los deseos se impongan. Se parte de que lo fundamental del sujeto —para entender la realidad— es la *praxis* que se representa en la noción del Trabajo. Éste último se ve trastornado por las condiciones impuestas por la sociedad o por un modelo económico. No está fuera de lo razonable pensar que de igual forma que se imponen necesidades ficticias y deseos de otros, los valores morales o los preceptos éticos también se imponen; “[...] el trabajo la *actividad vital*, la *vida productiva* misma, aparece ante el hombre

como *medio* para satisfacer una necesidad: la necesidad de conservar la existencia física” (Marx, 1984, p.75).

Marx lograr entender y diferenciar de lo que es una necesidad —y un deseo impuesto—, pues basta sólo hacer un recorrido histórico del individuo. Él visualizará cómo la *praxis* se convierte en trabajo enajenado, esto es, ya no se transforma a la naturaleza para generar productos para supervivencia del individuo, sino que se crean mercancías que satisfacen caprichos y necesidades impuestas. *v.gr.* En el México independiente se dieron cuenta de que los recurso naturales eran primordiales para el crecimiento económico. Durante el gobierno de Benito Juarez se establecieron una serie de normas jurídicas, cuyo objetivo era prevenir la tala ilegal de arboles. “Leopoldo Rio de la Loza, un profesor de química, notó que los guardas forestales y el pueblo en general preferían hacer más dinero colaborando con los infractores, o cortando ellos mismos la madera, que reportando las violaciones a la ley” (Lane, 1999, p.74). Si los sujetos hubiesen entendido que el Trabajo sólo tiene esa finalidad de satisfacer necesidades y no deseos, la tala de arboles de manera ilegal no hubiese sido posible. Es claro pensar que dentro del capitalismo el dinero es fundamental para intercambiar o comprar mercancías, pero ¿En que punto de la transición o producción de mercancías se pierde la conciencia de aquello que se produjo provino de recursos naturales finitos?

3.2. Conclusión

La realidad que quiere dejar en claro Marx es que en el capitalismo los objetos esenciales para la supervivencia del hombre son despojados por las políticas y códigos morales de los mercados capitales. En el fondo es menester hacer evidente que la *praxis* como agente creadora de valor de uso es fundamental para el sujeto y la comunidad. Pero dado que el trabajo visto de forma de alienación o enajenación conlleva a pensar que la actividad humana no es sólo primordial para crear valor de uso, sino valor de cambio. Esto último se entiende de la mejor forma: las mercancías que se producen mas allá de atender y facilitar la vida de

los individuos, lo único que crean es un estatus social. Todo a punta a que el modelo económico capitalista impone las prácticas y los hábitos en el sujeto, es decir, en lugar de simplificar que los medios de vida sean de fácil acceso para sí; se genera todo lo contrario, esto es, lo único es la imposición ciertas prácticas tales como la coerción de códigos morales e intereses. Resultado de tales actividades es la enajenación del hombre por el mismo hombre. Marx sostiene: [...] el hombre está enajenado de su ser genérico quiere decir que un hombre está enajenado del otro, como cada uno de ellos está enajenado de la esencia humana" (Marx, 1984, p. 77).

La relación de la Ética con el Trabajo, consiste en contemplar que el ejercicio mismo del *ethos* es lograr una toma de conciencia sobre el acto mismo. De tal manera pasa lo mismo con la *praxis* —y por su puesto con la noción de Trabajo—. A lo largo de la historia de la humanidad occidental las prácticas de los individuos han estado perfiladas para lograr una clara conciencia sobre el actuar; es decir, para reconocer las implicaciones de los actos con el otro. Desde el posicionamiento del *Logos* socrático hasta el Formalismo kantiano, el ejercicio ético se ha enfrascado en lograr una reflexión crítica filosófica sobre las prácticas de los individuos, cuyo deliberar están regidas por la Moral.

Marx observa que en el capitalismo la noción de Trabajo tiene otra implicación, es decir, más allá de alcanzar una toma de conciencia sobre el acto del individuo —sin olvidar que no percibe la importancia de la *praxis* misma—, sólo esta en un círculo en el cual pierde la conciencia de sí y de la realidad misma: "Primero, en que el trabajo es *externo* al trabajador, es decir no pertenece a su ser; en que su trabajo, el trabajador no se afirma sino que se niega; no se siente feliz, sino desgraciado; no desarrolla una libre energía física y espiritual, sino que mortifica su cuerpo y arruina su espíritu. (Marx, 1984, p. 72). El problema principal para lograr entender la noción y la *praxis* misma del Trabajo, como algo que ejerce un análisis ético, es entender las circunstancias materiales del individuo y de la sociedad. Para ello es pertinente observar cómo se construye y se auto-realiza el

sujeto contemporáneo en un mundo en donde lo que gobierna es el deseo y se expresa en un hiperconsumo.

La propuesta de ética de Marx no se fundamentaría en una moral prescriptiva, sino más bien como una moral teleológica. En el momento de reconocer el Trabajo como la realización del acto, se logra una toma de conciencia principalmente del valor de uso. La importancia del reconocer el valor del uso en los objetos tiene un efecto positivismo, pues al examinar dicho valor se toma en cuenta la Necesidad de dicho objeto; esto es, en lugar de deliberar bajo el influjo del fetichismo, se parte de lo “util-necesario”. “De este modo el marxismo se instaló en una epistemología autosuficiente, que aparentemente lograba un doble objetivo: informar de lo que ocurre y prescribir lo que se debe hacer, convirtiendo la postulación del ideal del comunismo en una exigencia, si no científica, sí al menos racionalmente fundada” (Camps, 2004 ,p.207). Sin embargo no podemos dejar a un lado que la propuesta de Marx desde el ámbito ético se puede prestar para apelar a una Falacia Naturalista, tal y como lo propone Ramón Vargas Machuca:

Comúnmente se ha tenido por defecto principal del pensamiento marxista el que los excesos de su racionalismo le hicieran caer una y mil veces en el vicio de la llamada «falacia naturalista» al pretender deducir una norma o un juicio moral de la descripción de un hecho o de una hipótesis científicos, un programa de acción de una regularidad o tendencia predecible racionalmente. (Camps, 2004, 210).

4. Conclusiones

La experiencia moral no es sólo intelectiva. También es emocional. Y es más cosas. En nuestra vida moral influyen decisivamente las tradiciones, los valores, las creencias. Ninguno de esos factores es tampoco completamente racional.

Diego Gracia

En la presente investigación se explicó cómo parece funcionar la conciencia sobre el acto ético dentro de las sociedades de consumo; y a su vez, como el sujeto interactúa con el otro. Se contempla que dentro de la dinámica social del capitalismo se presenta el siguiente dilema; esto es; el problema de las investigaciones y las experimentaciones, en el ámbito publicitario. Serán es prácticas algunas secuelas negativas para el individuo; pues haciendo una reflexión desde la perspectiva de la Ética de las Investigaciones se observa que ciertos preceptos éticos son ignorados o violentados. Por ejemplo, si la publicidad tiene como objetivo persuadir al sujeto surge el cuestionamiento: ¿dónde quedó la autonomía del individuo para elegir, si hay una predisposición neurológica o emocional en la toma de decisiones? Para responder el dilema se partió de la neurociencia. Esto es, se identificó las funciones y repercusiones del Complejo Reptiliano —o del Núcleo Accumbens—, pues desde una perspectiva neurológica se demuestra cómo se nace y se desarrolla la toma de decisiones.

Realmente lo interesante es el avance tecno-científico, es decir, las implicaciones éticas que conlleva el desarrollo de la ciencia. Es en este punto donde hay una correlación con la Ética de las Investigaciones, pues se plantea la idea de que ante tal progreso se debe considerar que las investigaciones realicen, cumplan y se aseguren los acuerdos y las pautas éticas para la protección —y cuidado— de los sujetos, como así mismo de la comunidad. Pues no hay que dejar a un lado la cuestión del beneficio que se obtienen por la mejora de la biotecnología. Sin embargo, así como hay puntos a favor, también se hacen

presentes cuestiones negativas, por ejemplo: ante el descubrimiento de como funciona la toma de desiciones a nivel neurológico y el descubrimiento del funcionamiento de las neuronas espejo; ¿existe la posibilidad de hablar, y de entender, como el sujeto puede llevar a cabo una autonomía efectiva? Además, ¿quién asegura que ante tal descubrimiento y funcionamiento del Complejo Reptiliano, o el Núcleo Accumbens, sea un pretexto para generar una enajenación del individuo contemporáneo? Esto último se relaciona con el principio de no maleficencia que se presenta en el informe Belmont, es decir, evitar que las investigaciones y sus resultados tengan una implicación negativa tanto para el sujeto o la comunidad.

Para fines de la investigación —y como parte del ejercicio crítico-reflexivo— es menester entender las implicaciones de los resultados que se llevan a cabo en la Economía Emocional, en el Neuromarketing y en los estudios de la Psicología Profunda. Se observa que los individuos cada vez mas son alejados de la Autonomía, es decir, a partir de los descubrimientos de las neuronas espejo y de los efectos que se obtienen a nivel cognitivo se plantea la idea de la “Refracción económica-cognitiva”. La propuesta de la refracción consiste en que los sujetos al ser partícipes de un mundo comercial y de consumo van perdiendo el sentido de autonomía, pues eso se debe a que neurológicamente experimentan un efecto de reflejo. Por ejemplo: El neurólogo Marco Iacoboni en su libro *Las Neuronas Espejo* demuestra cómo a partir del descubrimiento de Rizzolatti las formas de comprender la realidad fue concebida de otra forma. Es Martin Lindstrom que extrapoló el estudio realizado en Parma y logró entender que los individuos tiende a imitar al otro, sin importar si están en un centro comercial o no.

Es un proceso, generado por el cerebro, que produce un comportamiento. La evolución actual sobre las técnicas algorítmicas mediante las cuales el cerebro genera el comportamiento; de ahí que tenga que haber actuado selectivamente sobre el sustrato biológico de la conciencia. La ciencia es una parte del algoritmo que empleamos nosotros y tal vez otras especies estrechamente emparentadas para producir un comportamiento (Glimcher, 2018, p. 364).

La lectura y propuesta del neurocientífico Paul Glimcher parte de la lucha antagónica de si el mundo se construye a partir de un monismo, donde el individuo está determinando; o en su defecto la realidad se desarrolla en la posibilidad. La propuesta y análisis del neurocientífico americano será una pauta importante, ya que se plantea la idea de que la economía evolucione a una neuroeconomía. Esto es, se plantea la cuestión de cómo hay una transformación de las Necesidades, pues se contempla como se pasa de la idea de satisfacer algo que es menester para la sobrevivencia del humano a la idea de acumular y complacer solo Deseos. Si se pone atención a éste tópico sobre la lectura de Epicuro —y su propuesta ética— tiene mucho sentido y de alguna forma explica la forma en que el individuo satisface sus Necesidades y Deseos. La idea de exponer y conocer la filosofía del pensador de Samos es para lograr entender cómo el sujeto contemporáneo define, estructura y comprende las nociones de Necesidad y Deseos; y a su vez como es que éstas últimas interactúan.

Sin duda se observa que hoy en día el sujeto lo primero que busca es la satisfacción de algún deseo. Resultado de ello es dejar en un segundo plano la noción de la Necesidad. Esto es, siguiendo a Marx, el sujeto antepone la noción del valor de cambio ante el valor de uso. Por ejemplo: en los mercados o centro comerciales las repisas de productos necesarios son cada vez menos, mientras que los productos que atienden o materializan los deseos son más constantes. Otro arquetipo son los productos electrónicos, en donde cada vez son más propensos a fabricar el producto de tus sueños, en lugar de que cumpla con las necesidades básicas.

Si su proceso de decisión fue consciente —y articulado—, seguramente procedió de la siguiente manera: <<Asocio la Skippy con mi infancia.. es la de toda la vida, de manera que siento que merece mi confianza, pero ¿acaso no está cargada de azúcar y otros conservadores que no debo consumir? Lo mismo sucede con la Peter Pan, y además el nombre es muy infantil. No pienso comprar marca genérica. Cuesta 30 centavos menos, lo cual es sospechoso. La experiencia me ha enseñado que lo barato sale caro. ¿La orgánica? Las pocas veces que la he consumido me ha parecido insípida... siempre le falta sal. Además, leí en alguna parte

que “orgánico” no necesariamente significa beneficioso, y a parte de eso cuesta casi el doble. Jif... ¿cómo dice la tradicional frase publicitaria? ”Las madres exigentes prefieren Jif”. Bueno, me considero una persona bastante exigente...>> (Lindstrom, 2010, p. 135).

Para entender la interacción de estos procesos y observar las repercusiones a nivel ético, se tiene que partir de los objetivos que se establecen las investigaciones en el neuromarketing y la economía emocional. Se observa que ante la dinámica del capitalismo hay una fuerte tendencia de que la forma de carácter inicie a través de los principios económicos. Esto es, aparentemente se da la posibilidad de que la ética se construye no a partir de la interrogación y reflexión sobre valores o nociones sociales de los sujetos y la comunidad, las cuales se rescatan las prácticas que le servirán al ser humano para convertirse en un hombre virtuoso y así encontrar la Felicidad, sino que ahora parece ser que el ejercicio ético comienza por la aceptación y materialización de los Deseos; esto es, las prácticas económicas son el punto clave para fundamentar la moral. Sin embargo, dentro de esta nueva forma de establecer un proceso “ético” no se reconoce un quehacer realmente ético, es decir, sólo se observa como a través de una persuasión publicitaria se pretende ejercer un acto de conciencia en sentido ético sobre preceptos como la Autonomía y la Felicidad.

Por último, ante la carencia de la toma de conciencia, de los tópicos y los valores que se ha desarrollado en el capitalismo es pertinente observar cómo es que hábitos de los sujetos pueden generar un cambio. Esto es, el análisis de John Dewey abre la posibilidad de confrontar la idea de que ella ética no se forja por medio un imperativo o reglas universales, sino que desde el acto propio, desde lo cotidiano, es que se presenta la reflexión ética en torno a la normativa Moral. De ahí la importancia de la reflexión que hace Marx sobre el concepto de Trabajo y la importancia de la *praxis*. Para lograr entender el impacto ético de las prácticas de los individuos, es menester lograr comprender la toma de conciencia que hay detrás las transformación de la naturaleza en mercancía.

Apéndice

5.1. Acuerdos Mínimos para un programa ético-ambiental desde una perspectiva Ecomarxista

El tiempo que se acelera de esa forma priva al presente de la posibilidad de ser experimentado como presente y se escapa hacia un futuro en el que el presente, convertido en inexperimentable, ha de ser alcanzado mediante la filosofía de la historia. Con otras palabras, la aceleración del tiempo, en el pasado una categoría escatológica, se convierte en el siglo XVIII en una obligación de planificación temporal, aun antes de que la técnica abra completamente el espacio de experiencia adecuado a la aceleración.

Reinhart Koselleck

Introducción

Antes de comenzar —y de establecer los acuerdos mínimos para un programa ético-ambiental—, es menester entender el desarrollo histórico de los movimientos y críticas que se han hecho al capitalismo. Queda claro que desde la propuesta marxista el materialismo histórico se ha encargado de descifrar cómo los modos de producción se han llevado a cabo en la historia de la humanidad. Es el mismo Marx quien establece como se ha llevado a cabo tal despliegue crónico del sistema económico.

Como parte de tal despliegue histórico del capitalismo, sólo se contempla el presente de Marx; esto es, pareciera que no hay un recobro del presente, sino que todo lo trasladan al génesis del capitalismo. Por tal motivo se hace la siguiente línea histórica con el objetivo de establecer los mecanismos en el que el sujeto ha llevado a cabo en relación al consumo y al uso de los Recursos Naturales.

El objetivo principal consiste en entender cuáles son las prácticas que ha desarrollado el individuo dependiendo de la época en la que se encuentra, pues se

observa que el acto del individuo estará determinado a la ideología que impera en dicho bloque histórico. Por ejemplo: las prácticas de consumo que se desarrollan en la década de 1930 a 1950 responden a la normativa que establece el mercado. Queda claro que en el mencionado espacio temporal las dinámicas sociales y culturales estaban basados en la Obsolescencia Programa.

Tal y como se mencionó en la introducción del tercer capítulo, se contempla que la Modernidad en su afán de responder y solucionar de una vez con todos los problemas sociales, culturales, económicos, éticos, morales, etcétera, Racionalizó todo que el resultado fue crear mas problemas que solucionar los mismos. Pues haciendo un análisis histórico de como se han llevado a cabo las premisas de la misma Modernidad (Razón, Universalidad, Progreso y Emancipación) en lugar de hacer de un mejor ser humano lo convirtieron en un mero objeto de intercambio, de explotación y como sujeto de pruebas ante la misma ciencia y la tecnología.

5.2. Breve historia del Ecomarxismo y el Ecosocialismo

El interés por la naturaleza —y los recursos mismos que ofrece—, siempre ha estado presente desde las primeras civilizaciones occidentales y de igual manera en las culturas precolombinas. v.gr. El pensador americano George Perkins Marshall llevó a cabo la primera investigación —y análisis—, en relación Hombre-Naturaleza desde una perspectiva ecológica. Sin embargo, a final del siglo XIX, mientras se llevaba a cabo el capitalismo en su máximo esplendor; se observa que los estudios sobre los recursos naturales estaban sujetos a la producción de mercancías. El economista Thomas Malthus, en su obra: *Ensayo sobre el principio de la población*, pone de manifiesto los límites de los recursos naturales ante una población infinita. Este pre-análisis le servirá —tiempo después—, a Marx para ejercer la crítica a la economía política del capitalismo.

Se tiene conocimiento que en la época del “Marx adulto”, el médico y socialista ucraniano Serhij Podolinsky llevó a cabo uno de los primeros estudios de economía ecológica; el cual versa principalmente en que la noción del trabajo y la

producción de mercancías debería estar basado en el consumo y gasto de calorías del cuerpo humano. El problema de Podolinsky es que debido a la situación política de Ucrania y la represión por parte de la Rusia Zarista y del gobierno Austriaco-Húngaro no pudo llevar a cabo, y con mas detalle, su propuesta de la economía ecológica. Sin embargo, El economista e historiador Joan Manuel Alier y Klaus Schulümann en su obra: *La ecología y la economía*, mencionan el impacto de Podolinsky en el ámbito político de Ucrania y de sus contemporáneos (hasta el propio Marx llegó a interesarse en sus investigaciones). De tal suerte que Podolinsky, junto a un colega, redactaron un programa político; el cual dejaban en claro su postura frente a problema como: la esclavitud, los derechos humanos para las mujeres, la situación del obrero y principalmente en el aspecto económico:

Todos los recursos naturales y medios de producción importantes como la tierra, el agua, maquinas y fabricas deberían pertenecer a los trabajadores y campesinos, organizados en asociaciones cooperativas. Las personas no tendrían que verse obligadas a vender su trabájanos, sino a trabajar directamente para ella mismas.

Y continua

Creemos que la propiedad y el trabajo cooperativos o colectivos son mucho más valiosos que un sistema de propiedad privada. También creemos que el modo en que la propiedad privada debe convertirse en colectiva y la manera de establecer un sistema de trabajo cooperativo dividiendo lo producido, deberá resolverse mediante la buena voluntad de cada comunidad. Es de esperar que tanto la teoría como la práctica en el campo económico mostrarán a las comunidades individuales como organizar el trabajo productivo y la justa distribución de bienes, no sólo a nivel local sino también nacional e incluso internacional (Alier & Schulümann, 1993, p. 81).

El trabajo que realizó Podolinsky tuvo una gran repercusión en la historia de la economía ecológica. De tal forma que el economista Eduard Sacher retomo la propuesta del médico ucraniano en la perspectiva económica. La idea principal del “principio de Podolinsky” consistía en contemplar al sujeto humano como máquinas termodinámicas con capacidad de llevar a cabo cualquier trabajo.

Realmente lo que le interesaba a Sacher fue la cuestión del rendimiento del trabajo basado en el gasto de energía. Esto es,

El objetivo económico de la fuerza de trabajo disponible consiste en obtener de la naturaleza la mayor cantidad posible de energía [...] Esto dependería de su destreza, su instrumental, la fertilidad del suelo, la disponibilidad de saltos de agua y el clima. Se podría afirmar, pues, que las naciones del norte son pobres debido a su falta de insolación (Alier & Schulümann, 1993, p. 87).

La economía ecológica fue bien recibida en el ambiente socialista y sin duda los análisis hechos por tal asignatura han sido fundamental para construir una economía con una cara más social. Las propuestas de Sacher y Podolinsky fueron una piedra angular no sólo para el socialismo de las colonias de la URSS, sino también para los propios pensadores que llevarían a cabo una ecología social o del propio Ecosocialismo.

Uno de los problemas a los que realmente se enfrentó la economía ecológica fue la dinámica y los modos de vida que se desarrollaron principalmente después de la recesión económica del 1929. Como una solución a la crisis económica se estableció la Obsolescencia Programada, la cual *grosso modo* consistía en determinar el ciclo de vida de la funcionalidad de la mercancía. El objetivo principal de la Obsolescencia consistió en hacer una economía fluida, es decir, que al limitar la vida de un producto, el consumidor se vería en la necesidad de volver a adquirir la misma mercancía. El efecto fue positivo para la economía, pues en los primeros años del siglo XX las fábricas y los modos de vida sufrieron un gran cambio. v.gr. "Los relojes de bolsillo a un dólar lanzados en 1901 por dos fabricantes, Waterbury e Ingersoll, puede considerarse también como una forma de usar y tirar, ya que la mayoría de usuarios preferían comprar uno nuevo antes de perder el tiempo haciendo reparar el que se había estropeado." (Latouche, 2012, p.60)

La parte fundamental de la Obsolescencia Programada es la capacidad de desechar y adquirir otra mercancía. Tales prácticas van más allá del ámbito de lo

económico o mercantil, pues se contempla que la sociedad empieza a construir y transformar la realidad a partir de tales actividades. “El consumo de masas no ha crecido en un suelo virgen. Se impulso y después se difundió contra todo un conjunto de usos, costumbres y mentalidades premodernas.” (Lipovetsky, 2013, p120). Como un claro ejemplo se observa el periodo del denominado “milagro mexicano”, en el cual se observa cómo la vida del mexicano fue cambiando rápidamente; pasando de consumir productos locales por mercancías del extranjero. Una de las consecuencia es la mezcla cultural y de hábitos de culturas externas con las costumbres de comunidades locales.

Con el estallido de la Segunda Guerra Mundial no sólo se puso en tela de juicio a la Razón instrumental, sino también a los imperativos éticos, económicos, culturales, políticos, sociales, etcétera. Es menester entender la ruptura epistémica y ética que se da al finalizar el conflicto bélico. Como parte de esa fractura se contempla el inicio de la disipación de la propia Modernidad, pues al final de la década de 1960 los movimientos sociales estallaron y cuyo resultado fue el cuestionamiento los imperativos ya mencionados. Un ejemplo claro ejemplo fue el Informe *Meadows* (Los Límites de Crecimiento) el cual retoma el trabajo que realizo Malthus; que versa sobre la finitud de los recursos naturales ante una población que cada vez crece sin control. Además, el crecimiento desmedido de las urbes y desprecio por el campo tuvo un gran impacto en el sujeto contemporáneo.

Ante tal escenario el activista, ecologista e historiador Murray Bookchin (1978) puso en tela de juicio la creciente urbanización en el cual —claramente—, no había una toma de conciencia sobre los espacios para la vegetación o que sirvieran como “pulmones urbanos”; esto es, espacios dedicados a la flora en el cual sirvan como filtros del dióxido de carbono. “La razón para este inspirado experimento era el propio; ciertamente habría resultado más caro limpiar el producto sintético con una aspiradora que restaurar periódicamente la vegetación real. Por difícil que resulte creerlo, la verdad era que las autoridades cívicas

consideraban a las “plantas” de plástico más “atractivas” que a las verdaderas.” (p. 64).

El punto que hay que rescatar es la creación de la falsa conciencia que se genera alrededor del capitalismo. No es tema nuevo, pues Marx ya lo había expuesto y dejado en claro en la propuesta del fetichismo de la mercancía. Es a partir del Informe Meadows y las actividades políticas y sociales del ecologismo anarquista de Bookchin las bases para generar un nuevo movimiento en pro del medioambiente y que de cierta manera crítica las prácticas que desarrolla el sujeto en las sociedades de consumo.

A partir del reporte que presentó el denominado Club de Roma (*Informe Meadows o Los Límites del Crecimiento*) en el año de 1972, las alternativas sobre las diferentes perspectivas de contemplar la relación hombre-naturaleza, empezaron a ser cada vez más evidentes en las políticas públicas y gobiernos. El problema es que las propuestas mencionadas, asumen algunos preceptos éticos y algunos códigos morales de manera implícita; esto es, que los seres humanos al realizar las prácticas como el cuidado de sí, el desarrollo sustentable, la misma idea de lo sostenible, etc., crean una conciencia sobre lo que producen y lo que consumen. Desafortunadamente no es tal cosa, puesto que sólo contemplan el beneficio de manera particular, dejando a un lado la cuestión ética.

Como respuesta a la políticas públicas de los gobiernos — y principalmente a las cumbres sobre el medio ambiente ofrecidas por la Organización de Naciones Unidas—, es que surge la propuesta del Ecosocialismo y Ecomarxismo. Los cuales tienen el objetivo de crear una conciencia sobre los recursos naturales desde algunos conceptos u obras de Marx. Es la postura del Ecosocialismo, encaminada por el sociólogo Michael Löwy, que a través de una lectura al pensamiento del alemán Karl Marx, establece como propuesta la teoría Ecomarxista; la cual consiste en un análisis minucioso sobre ciertos conceptos de Marx y el marxismo. El objetivo del Ecosocialismo y el Ecomarxismo es extrapolar

la teoría marxista al campo de la ecología, al desarrollo sustentable, la sociología, a las áreas de las ciencias sociales principalmente.

El ecosocialismo es una corriente política basada en una constatación esencial: la protección de los equilibrios ecológicos del planeta, la preservación de un medio favorable para las especies vivientes —incluida la nuestra— son incompatibles con la lógica expansiva y destructiva del sistema capitalista. La búsqueda del "crecimiento" bajo la égida del capital nos conduce, en efecto, a corto plazo —los próximos decenios—, a una catástrofe sin precedentes en la historia de la humanidad: el calentamiento global (Löwy, 2011, p.11)

Durante la década de 1980 y 1990 los movimientos sociales en pro de lo ecológico fueron escalando en los sectores públicos; es decir, empezaron a implantar la idea —o dudas— de las dinámicas dominantes sobre la economía, la cultura y la ética que el capitalismo ha desarrollado. Es importante destacar que la división del mundo —capitalismo vs socialismo— en la cuestión ideológica y económica tuvo una fuerte influencia en el movimiento Ecosocialista (y en el Ecomarxismo). Pues es en este punto en donde la economía ecológica recobró fuerza, ya que como parte del informe *Meadows* se pensaba que para el año 2000 los recursos naturales llegarían a su fin. Factores como el derrumbe del socialismo y el capitalismo neoliberal llevaron a los activistas ecologistas a realizar un posicionamiento.

En el año 2001 el sociólogo Michael Löwy y Joel Kovel emprendieron el largo camino de estructurar un movimiento político, y a su vez, la crítica hacia las prácticas y dinámicas del capitalismo. De tal suerte que es así como nace el Manifiesto Ecosocialista:

Creemos que el actual sistema capitalista no puede regular, y mucho menos superar, las crisis que ha desatado. No puede resolver la crisis ecológica, porque hacerlo requiere poner límites a la acumulación -una opción inaceptable para un sistema cuya prédica se apoya en la divisa: ¡ crecer o morir ! Y no puede resolver la crisis planteada por el terror y otras formas de rebelión violenta porque hacerlo significaría abandonar la lógica imperial, lo que impondría límites inaceptables al crecimiento y a todo el "modo de vida" sostenido por el ejercicio del poder imperial. Su única opción restante es recurrir a la fuerza bruta, incrementando así la

alienación y sembrando las semillas del terrorismo... y del antiterrorismo que lo sigue, evolucionando hacia una variante nueva y maligna de fascismo (Kovel, Löwy, 2001, p.2).

La meta principal del Ecosocialismo “[...] consiste en una transformación de las necesidades y un cambio profundo hacia la dimensión cualitativa, alejándose de la cuantitativa” (Kovel, Löwy, 2001, p.3). Realmente el escenario que tiene por enfrente la sociedad contemporánea es un crisis social y medioambiental; evidentemente causada por el sistema económico capitalista. Es en tal sintonía que el pensador francés Serge Latouche propone y desarrolla el Decrecimiento; el cual su objetivo es regresar a la economía como un simple medio para desarrollar la vida y no como un Fin propio de la misma.

5.3. Conclusión

Como parte del presente estudio —y desarrollo del Ecosocialismo y el Ecomarxismo—, se contempla la falta de ciertos tópicos que sirvan como acuerdos mínimos para lograr que los sujetos tengan una clara conciencia sobre las implicaciones negativas, o positivas, al momento de elegir o adquirir una mercancía. A lo largo de este escrito se ha contemplado la falta de apreciación sobre los recursos naturales y la incorrecta manera de comprender los hábitos y prácticas de los sujetos al momento de transformar o producir una mercancía. Sin dejar a un lado la falta de consideración de la importancia de saber diferencias —y considerar—, un objeto como Necesidad o Deseo. Se observa que estos tres tópicos: 1) el desinterés de los recursos naturales, 2) la implicación moral y falta de ética en los actos cotidianos del individuo y 3) la imposición de los Deseos Efímeros frente a las Necesidades primordiales.

Sobre el primer punto, el desinterés por los recursos naturales, se hace énfasis en la casi despreocupación por parte del ciudadano promedio; el cual contempla que la naturaleza es un “algo” o un “objeto” que está al servicio del Ser Humano Racional. Dichos sujetos no logran comprender que los ecosistemas, y los recursos que se obtienen de ellos, son una parte fundamental no sólo para el

desarrollo biológico del mismo humano, sino también como algo primordial para la forja de carácter (ética). El Ecosocialismo y el Ecomarxismo hacen evidente la falta de interés por los ecosistemas y la relación con la Naturaleza. Ante una sociedad de consumo —y de mercancías—, sólo priorizan la transformación del producto y no los recursos. Resultado, de las sociedades de consumo, es la puesta en duda de los códigos morales; evitando hacer toda una reflexión ética sobre las prácticas y actos del individuo.

Con esto se abre paso el segundo punto, esto es, la implicación moral y la falta de ética en los actos cotidianos del individuo. El pensador americano John Dewey hace todo una crítica hacia los modelos éticos que se fundamentan en principios, pues observa que el hombre cotidiano no va por la vida cuestionando o reflexionando tales imperativos. Dewey inicia el análisis desde lo primordial, esto es, desde los actos cotidianos y los hábitos que desarrolla el sujeto. Resultado del estudio que hace el pensador americano es lograr establecer que hay una falta de ética y todo un reforzamiento en los códigos morales; es decir, no hay una forja de carácter del individuo que logre convertir al sujeto en una persona virtuosa, sino todo lo contrario sólo se logra crear un tipo de conducta en el sujeto. Dicha conducta sólo tiene como efecto benéfico en la comunidad y no en la forja de carácter del individuo. La idea de Dewey es que en las sociedades contemporáneas los individuo no hay un proceso filosófico crítico hacia la moral, sino que sólo hay una persuasión del mismo para que responda a los intereses del grupo y no a los fines particulares.

Como parte de dicho “conductismo” se hace presente el tercer punto, esto es, la imposición de los Deseos Efímeros frente a las Necesidades primordiales. Como parte de la problemática que envuelve al sujeto contemporáneo en las sociedades de consumo es la falta de elección al momento de adquirir alguna mercancía y saber diferenciar si se hace desde la postura del Deseo Efímero o desde la Necesidad. Karl Marx hacía referencia a esa falta de diferencia cuando aborda el tema del valor de uso y valor de cambio; y a su vez, termina de hacer la

diferenciación cuando se presenta la enajenación y el fetichismo de la mercancía. Lipovetsky retoma la crítica del pensador de Tréveris y adiciona que a partir de las revoluciones tecno-científicas las nociones de Felicidad cambian. Desde una perspectiva históricamente del ámbito de la ética tiene como derrotero convertir al hombre en una persona feliz y virtuosa; sin embargo, el punto de llegada hoy en día es el placer efímero y no como ese puerto denominado como Necesidad.

El problema que tiene el Ecosocialismo, visto como un programa político-social, y del Ecosocialismo —esto como la episteme que fundamenta al Ecosocialismo—, es la falta de un programa ético. Para lograr tal programa el primer obstáculo es el siguiente cuestionamiento: ¿Cómo llegar a una serie de acuerdos mínimos ético, desde el Ecosocialismo y Ecomarxismo, cuya función regule las prácticas y percepción del consumo de las mercancías? Se partió del análisis del sujeto contemporáneo, cuya principal característica es parte de una sociedad de hiperconsumo, y además, las relaciones sociales están determinadas por un simple intercambio de mercancías. Para responder a tal se propone los siguientes acuerdos que tienen como objetivo ayudar al consumidor a la hora de elegir qué mercancía tienen un efecto positivo; pues se planea que antes del consumo haya una toma de conciencia sobre la opción de Necesidad y no se opte el producto por el mero Deseo Efímero.

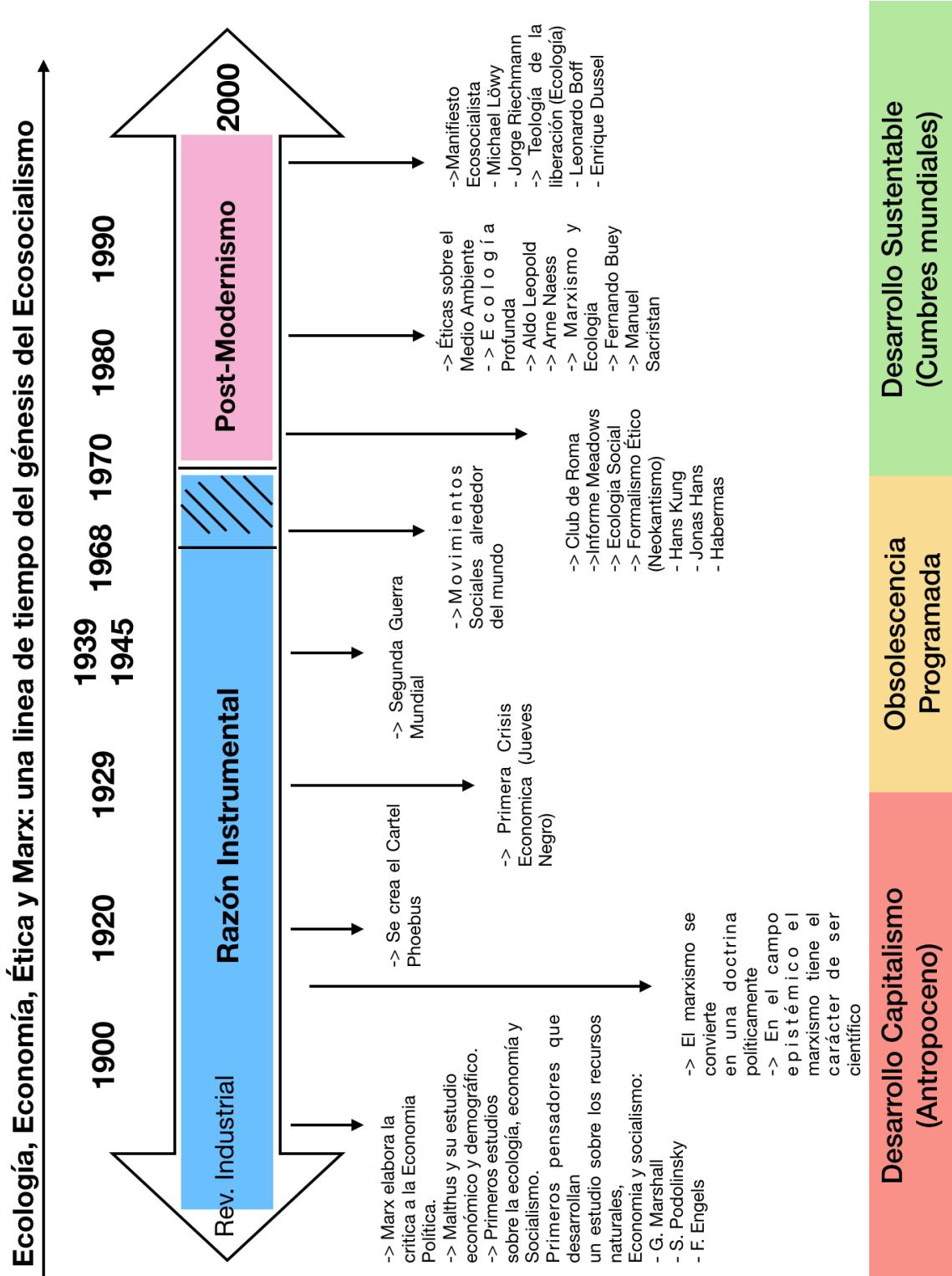
5.4. Acuerdos Mínimos para una buena práctica en el consumo

Los siguientes acuerdos mínimos son pensados desde el ámbito ético, dejando en claro que no tienen ese sentido Formal o de corte del Principialismo, como un si fuese un imperativo. Surge de la necesidad de hacer evidente la toma de conciencia a la hora de realizar compras o en los hábitos de consumo de mercancías. Los acuerdos establecidos están dirigidos principalmente en hacer evidente los siguientes tópicos: 1) Deseo, 2) Necesidad, 3) Obediencia e 4) Interés. Además, se proponen los siguientes acuerdos para generar una conexión con el movimiento Ecosocialista.

La buena práctica en el consumo

- 1-. Hacer consciente y evidente la distinción entre Consumo y Acumulación no es lo mismo; esto es, tener en claro que se adquiere mercancías para ser consumibles y no acumulables.
- 2-. El adquirir una mercancía no estará basado por el Deseo.
- 3-. Al momento de adquirir una mercancía se debe valorar y cuestionar desde la noción de Necesidad.
- 4-. Para reconocer cuando el Deseo se impone a la Necesidad se debe ponderar el valor de uso y el valor de cambio; si la inclinación proviene del valor de cambio el Deseo esta imperando.
- 5-. El interés económico no justifica los medios; es decir la economía no es el fin último del actuar ético o moral.
- 6-. El actuar particular estará sujeto a la toma de conciencia que genere la Necesidad o el Valor de uso, no tiene que obedecer a los imperativos económicos o los modos de vida que este imponga.

Figura 1



Referencias bibliográficas

- Alier, Joan, Schulümann, Kalus, 1993, *La Ecología y la Economía*, FCE, México.
- Bellamy, John, 2000, *La Ecología de Marx: materialismo naturaleza*, trad. Carlos Martín y Carmen González, Ed. El Viejo Topo, España.
- Boff, Leonardo, 2017, *Una Ética de la Madre Tierra: cómo cuidar la Casa Común*, trad. Cristina Diáz y José Valderrey, Trotta, Madrid.
- Booking, Murray, 1978, *Los Límites de la Ciudad*, trad. José Corral, Hermann Blume, Madrid.
- Camps, Victoria, 1999, *Historia de la Ética*, ed. Crítica, Barcelona.
- Cisneros, Andrés, 2017, *Neuromarketing y Neuroeconomía; código emocional del consumidor*, ECOE Ediciones, México.
- Dewey, John, 2014, *Naturaleza humana y conducta; Introducción a la psicología social*, FCE, España.
- Engels, F. y Marx, K, 1967, *El Manifiesto del Partido Comunista*, editorial Progreso, Moscú.
- _____, 1980, *Obras Escogidas, "Tesis Sobre Feuerbach"*, Ed. Lenguas extranjeras, Moscú.
- Epicuro, 2012, *Obras*, Trad. José Vara, Ed. Nova Edición, Catedra, España.
- Fuster, Joaquín, 2014, *Neurociencia; Los cimientos cerebrales de nuestra libertad*, Paidos, España.
- Glimcher, Paul, 2018, *Decisiones, Incertidumbre y el Cerebro; la ciencia de la neuroeconomía*, trad. Roberto Elier y Alfredo Ocampo, FCE, México.
- Habermas, Jürgen, 1993, *El Discurso Filosófico de la Modernidad (Doce Lecciones)*, trad. Manuel Jiménez Redondo, Ed. Taurus, España.
- Iacoboni, Marco, 2009, *Las Neuronas Espejo; empatía, neuropolítica, autismo, imitación o de cómo entendemos a los otros*, trad. Isolda Rodríguez Villegas, Katz, España.

- Jonas, Hans, 1995, *El principio de Responsabilidad: ensayo de una ética para la civilización tecnológica*, tra. Andas Sánchez Pascal, Herder, Barcelona.
- Küng, Hans, 2002, *¿Por qué una ética mundial? Religión y ética en tiempos de globalización*, trad. Gilberto Canal, Herder, Barcelona.
- Lane, Simonian, 1999, *La Defensa de la Tierra del Jaguar; Una historia de la conservación en México*, trad. Enrique Beltrán G., SAMARNAP, México.
- Latouche, Serge, 2003, *Desarrollo y Posdesarrollo*, trad. Aldo Andrés Casas, ed. El Viejo Topo, España.
- _____, 2012, *Hecho para tirar: La irracionalidad de la obsolescencia programada*, trad. rosa Bertran Alcázar, Ed. Octaedro, España.
- Lipovetsky, Gilles, 2013, *La Felicidad Paradójica*, trad. Antonio-Prometeo Moya, Anagrama, Barcelona.
- Martin Lindstrom, 2012 ,*Buyology, verdades y mentiras del por qué compramos*, trad. Adriana de Hassan, Gestión 2000, España.
- _____, 2011, Así se manipula al consumidor. Cómo las empresas consiguen lavarnos el cerebro y que compremos sus marcas, trad. Sigrid Guitart, Titivillus, España.
- Marx, Karl, 1984, *Manuscritos económicos y filosóficos de 1844*, ed. Cultura Popular, México, tercera edición.
- _____, 2010, *El Capital*, trad. Pedro Scaron, Siglo XXI, España-México-Argentina.
- Löwy, Michael, 2011, *Écosocialisme: l'alternative radicale à la catastrophe écologique capitaliste*, Mille et une nuits, France.
- Löwy, Michael, Kovel, Jovel, 2001, *Manifiesto ecosocialista*, España.
- Packard, Vance, *Las Formas Ocultas de la Propaganda; la venta de ocho necesidades ocultas*, trad. Martha Mercader de Sánchez-Albornoz, Ed. Sudamericana, México, 1973.
- Olive, León, 1999, *Multiculturalismo y Pluralismo*, Paidós-UNAM, México.

Riechmann, 2012, Jorge, *El Socialismo Puede Llegar sólo en Bicicleta*, ed. Los libros de la Catarata, Madrid.

Sánchez Vázquez, Adolfo, 2010, *La Filosofía de la Praxis*, ed. Siglo XXI, México, Vicente, Teresa, 2016, *Justicia Ecológica en la era del Antropoceno*, Trotta, España

Revistas

Ulloque, Rafael, *Sistema cerebral del placer y de la drogodependencia*, Sección de Farmacología. Departamento Básicas, Facultad de Medicina, Universidad de Cartagena, Cartagena. Colombia. Recibido, octubre 28 de 1999; aceptado. noviembre 5 de 1999