

Traducción
ADOLFO GARCÍA DE LA SIENRA

Revisión técnica
ALFONSO ÁVILA DEL PALACIO

TOMÁŠ SEDLÁČEK

Economía del bien y del mal

LA BÚSQUEDA DEL SIGNIFICADO ECONÓMICO
DESDE GILGAMESH HASTA WALL STREET

Prólogo
VÁCLAV HAVEL



FONDO DE CULTURA ECONÓMICA

VIII. LA NECESIDAD DE LA CODICIA: LA HISTORIA DEL ANHELO

Queríamos encontrar amor,
queríamos éxito,
hasta que nada fue suficiente,
hasta que mi segundo nombre fue "exceso".
P. J. HARVEY, "We Float"

SIEMPRE que se abre la caja de Pandora tiende a haber muchos problemas. Pero ¿quién era Pandora y exactamente qué había en la caja? En este capítulo estudiaremos el advenimiento mismo del deseo humano o, en términos económicos, el nacimiento del anhelo, o la demanda de cosas que no son necesarias (para la supervivencia). Éste es el punto donde empieza la utilidad que proviene de los bienes externos que "no necesitamos". Como la economía pone tanto énfasis en el concepto de satisfacer las necesidades (los deseos), esto debería ser de interés.

De acuerdo con la mitología griega, Pandora fue la primera mujer (algo así como una contraparte de la Eva del Antiguo Testamento) pero ella (en contraste con Eva, quien fue creada para ser "ayuda idónea" de Adán) llegó al mundo como una forma de venganza de los dioses contra el hombre. Portaba una caja (o más precisamente, un frasco) que almacenaba todos los sufrimientos y males posibles, cosas que no habían existido sobre la tierra antes de esto. Después de abrirla, movida por la curiosidad, el mal, la enfermedad y (lo que ahora más nos interesa) la *maldición del trabajo* entraron al mundo. El trabajo, que antes de esto había sido placentero, se convirtió en tarea dura y agotadora. Pandora cerró rápidamente su caja, pero ya era demasiado tarde.

LA MALDICIÓN DE LOS DIOS: ESA REPUGNANTE EXIGENCIA

Podemos leer algo similar en la narrativa de Eva y Adán (Adán desempeña un papel tan pasivo en la historia del Jardín del Edén que

tengo una tendencia a ponerlo en segundo lugar). Eva, después del enfrentamiento intelectual con la serpiente (que Adán evitó completamente), probó el fruto prohibido (¿también por curiosidad?), y el resultado fue el destierro del paraíso y, al mismo tiempo, la entrada del mal en el mundo. Después del destierro del paraíso, Adán refiere una sola maldición *expressis verbis*: la maldición del trabajo:¹ “Y al hombre dijo: Maldita será la tierra por tu causa; con dolor comerás de ella todos los días de tu vida [...] Con el sudor de tu rostro comerás el pan.”²

Varias cosas interesantes para nosotros emergen de esto. Primero, la humanidad en sus historias recuerda un tiempo cuando el trabajo era agradable. El hombre tenía que trabajar, incluso en el huerto del Edén: Dios puso al hombre en el huerto del Edén para que “lo labrara y lo guardase.”³ Para las primeras culturas, el estado original perfecto no era un estado de inactividad, sino de trabajo *placentero*.

Segundo, en ambas historias fue un deseo, la curiosidad, especialmente una demanda exagerada y una insaciabilidad o, si se prefiere, una inadecuación: lo que *introdujo el mal* en la tierra. Adán y Eva podían comer en abundancia de “todo árbol del huerto,”⁴ pero incluso eso fue *insuficiente* para ellos. No sabemos qué fue lo que condujo a las primeras personas a tan inmodesta inadecuación. ¿Qué les faltaba en el perfecto estado en el paraíso? En este sentido, la historia es similar a la historia de Pandora. Estas historias nos revelan algo: incluso si tenemos suficiente de todo y vivimos en el paraíso, aún así no será suficiente para nosotros y tendremos una tendencia constante (completamente innecesaria) a consumir lo que no necesitamos consumir (o incluso lo que se nos prohíbe consumir) y a abrir cajas de Pandora.

Como dice el agente Smith a Morfeo al final del primer filme de la trilogía *Matrix*: “¿Sabías que la primera Matrix fue diseñada para ser un mundo humano perfecto? Donde nadie sufriera, donde todo mundo fuera feliz. Fue un desastre. Nadie habría de aceptar el programa”. Continúa el agente Smith, especulando sobre la razón de esta

anomalía: “Algunos creían que carecíamos del lenguaje de programación para describir tu mundo perfecto. Pero yo creo que, como especie, los seres humanos se definen en realidad a través del sufrimiento y la miseria.”⁵ Lowry deriva lecciones similares de la historia del huerto del Edén: “Cuando Adán y Eva comieron el fruto prohibido del árbol del conocimiento y afirmaron el derecho a elegir por sí mismos, fueron arrojados del mundo de la abundancia a la escasez; a ‘comer pan con el sudor de su rostro’. El tema moral es que el conocimiento y el ejercicio de la elección son cargas en un mundo de escasez natural o divinamente impuesta.”⁶

Tercero, el carácter de la maldición divina no es directo; en lugar de ello, la divinidad abre caminos, permite que las personas vayan hacia sus infortunios por sí mismas. Esto se aplica al árbol prohibido en el Jardín del Edén tanto como al fruto prohibido en la forma de la caja de Pandora. El deseo y la curiosidad son hermanas. De hecho, el fruto del árbol prohibido era “agradable a los ojos”⁷ —como la publicidad, que también debe ser agradable al ojo—. Por añadidura, la publicidad frecuentemente apela al aspecto extrarracional (sería más exacto decir *animal*) de nuestra personalidad.⁸ De un modo u otro, la serpiente (animal) despierta un deseo en Eva, un deseo que no tenía antes y un deseo de cosas que no *necesitaba* en absoluto. El concepto *despertar el deseo* en este contexto es de lo más apropiado, porque activa algo que ya estaba dentro de nosotros pero estaba dormido. La serpiente no creó el deseo sino que lo despertó.

Con frecuencia prevalece la noción medieval de que el primer pecado en el huerto del Edén fue sexual, que la forma del pecado original tenía un carácter sexual. Pero esto carece de una argumentación convincente. Ofrezco otro ángulo posible: parecería ser mucho

⁵ William Irwin, *The Matrix and Philosophy: Welcome to the Desert of the Real*, Carus Publishing Company, Illinois, 2002, p. 139.

⁶ S. Todd Lowry, “Ancient and Medieval Economics”, p. 14.

⁷ Génesis 3:6.

⁸ Los anuncios publicitarios “forjan vínculos entre el consumidor (un derivado del sagrado individuo) y los valores encarnados en los bienes. Es revelador que la publicidad destaque no tanto el valor (monetario) racionalizado como cualidades cuyo valor no ha sido cuantificado (cf. Lears, 1983). La publicidad da, así, [...] un mecanismo para establecer modos (modas) temporalmente dominantes para la escenificación de lo sagrado en la vida cotidiana”. John Boli, “The Economic Absorption of the Sacred”, en *Rethinking Materialism: Perspectives on the Spiritual Dimension of Economic Behavior*, R. Wuthnow (comp.), Eerdmans, Grand Rapids, Michigan, 1995, p. 104.

¹ Compárese con S. Todd Lowry “Ancient and Medieval Economics”, *op. cit.*, p. 15.

² Génesis 3:17-19. Es interesante que las personas mismas no hayan sido maldecidas. Sólo la serpiente fue maldecida; el hombre y la mujer no. La mujer fue castigada con dolores de parto y se le dijo: “tu deseo será para tu marido, y él se enseñoreará de ti” [Génesis 3:16].

³ Génesis 2:15.

⁴ Génesis 2:9: “Y Jehová Dios hizo nacer de la tierra todo árbol delicioso a la vista, y bueno para comer; también el árbol de vida en medio del huerto, y el árbol de la ciencia del bien y del mal”.

más plausible que el pecado original haya tenido el carácter de (sobre) *consumo*. Después de todo, en la narrativa del Jardín del Edén, Eva y Adán *literalmente* consumieron (la palabra “comieron” se repite dos veces) el fruto. “Y [la mujer] tomó de su fruto, y comió; y dio también a su marido, el cual comió así como ella.”⁹

De acuerdo con el historiador Norman Davies, Adam Smith “ingresó en el ámbito de la economía cuando se preguntó acerca de las implicaciones de la codicia humana”.¹⁰ De acuerdo con esta muy sensata lectura de las razones para poner por escrito la investigación sobre el origen de la riqueza de las naciones, sería la *codicia* la que se halla no sólo prácticamente en el nacimiento de la economía teórica, sino también en la cuna de nuestra historia, con el concepto mismo de pecado original.

LA ECONOMÍA DEL DESEO: DESHACIÉNDOSE DE LA SUFICIENCIA

Dejemos a los hebreos y los griegos para traer a colación una tercera cultura antigua: los sumerios. Como mostramos en *La epopeya de Gilgamesh*, Enkidu fue enviado originalmente por los dioses como un castigo, justo como Pandora. Y, al final, Enkidu se convirtió en una compañía vitalicia para Gilgamesh, así como Adán y Eva debían de serlo.

Enkidu vive originalmente en el bosque como un animal, y es una mujer, Shamhat, la prostituta del templo, la que lo trae a la ciudad, convirtiéndolo simbólicamente en humano al hacerlo. Ahora podemos ver el asunto de dos modos que, a fin de cuentas, parecen ser complementarios.

Hasta cierto punto, en *La epopeya de Gilgamesh* una mujer (la prostituta) fue la causa de la ruina de Enkidu. Hasta entonces Enkidu había estado satisfecho, no tenía deseos, sólo necesidades básicas —comida, abrigo, seguridad—. Incluso era capaz de satisfacer éstas por sí mismo, fuera de la civilización, como un animal. Pero llegó Shamhat y le *mostró qué* desear. Como lo dice Slavoj Žižek,¹¹ necesitamos que se nos muestre qué desear (en este respecto, los anuncios publicita-

rios son cruciales para nuestra sociedad).¹² Por primera vez, esta acción estuvo acompañada por el deseo de más. Cuando vivía como animal, no había descontento, no había deseo; Enkidu tenía todo lo que necesitaba, porque no necesitaba mucho. Como escribe Alfred Marshall, “el hombre incivilizado por supuesto que no tiene mucho más que las necesidades del animal bruto; pero cada paso en su progreso hacia arriba incrementa la variedad de sus necesidades junto con la variedad de sus métodos para satisfacerlas”.¹³

Ahora que necesitaba más, nació el deseo. Aquí testificamos el advenimiento del deseo, el advenimiento del querer (esto es, el deseo de algo que no tengo y realmente no necesito). Al mismo tiempo, Shamhat distanció a Enkidu de los animales, de la naturaleza, de su entorno natural. Lo trajo a la ciudad, al hogar de las personas.

El segundo modo en que podemos mirar la narrativa es que Shamhat es la redentora de Enkidu. La mujer le mostró *qué* desear. Y es así que lo convirtió en un ser humano. Le dio una meta más alta, le dio insatisfacción, descontento. Ella era una portadora de cultura. Fue ella quien lo trajo a la ciudad, lo civilizó y le dio cerveza a beber. Para Enkidu, Shamhat era la portadora del progreso.

Hemos mostrado el primer despertar del deseo. Parece que el esfuerzo por estar constantemente insatisfecho y querer más es un fenómeno natural; y se halla en el mismo corazón de nuestra civilización, en el meollo del ser humano (y los antiguos se dieron muy bien cuenta de esto). Podemos llegar incluso a decir que el descontento es el motor del progreso y del capitalismo de mercado. Frank Knight, probablemente el economista más importante de Chicago de la última generación, observó: “[E]s de la naturaleza humana el estar más insatisfecho entre mejor se encuentra uno”.¹⁴ George Stigler, estu-

¹² En esto, la necesidad y la utilidad de la publicidad son recíprocas. No sólo la publicidad necesita consumidores, sino que los consumidores necesitan de la publicidad —alguien que les diga qué deben querer—. Para profundizar más, véase John Boli, *op. cit.*, p. 105. En este contexto, Rushdie comenta: “No debería asombrarnos que la publicidad sea tan popular. Mejoró las cosas. Nos mostró el camino”. Salman Rushdie, *Fury: A Novel*, Vintage Canada, Toronto, 2002, p. 29 [existe edición en español: *Furia*, Barcelona, Areté, 2002].

¹³ Alfred Marshall, *Principles of Economics*, Macmillan for the Royal Economic Society, Londres, 1961, p. 86 [existe edición en español: *Principios de economía: Introducción al estudio de esta ciencia*, El Consultor Bibliográfico, Barcelona, 1931].

¹⁴ Robert H. Nelson, *The New Holy Wars: Economic Religion vs. Environmental Religion in Contemporary America*, Pennsylvania State University Press, Pensilvania, 2010, p. 293.

⁹ Génesis 3:6.

¹⁰ Norman Davies, *op. cit.*, p. 604.

¹¹ Slavoj Žižek, representación del *Perver's Guide to Cinema*, película.

dante de Knight, aun escribió: "Lo que más quiere el individuo de sentido común no es satisfacciones para los deseos que tiene, sino más y mejores deseos".¹⁵

En nuestro deseo constante de tener más y más, hemos sacrificado lo placentero del trabajo. Queremos demasiado y es por eso que trabajamos demasiado. Somos por mucho la civilización más rica que jamás haya existido, pero nos encontramos tan lejos de la palabra *suficiente*, o de la satisfacción, si no es que más, que cualquier tiempo en el pasado "primitivo". En un enunciado: si no tuviéramos que incrementar constantemente el PIB y la productividad a toda costa, no tendríamos que trabajar constantemente en demasía "con el sudor de nuestro rostro".

MALTHUS RENACIDO POR TERCERA VEZ:
EL CONSUMO COMO DROGA

Y nunca puedes tener suficiente de lo que realmente no necesitas.

U2, "Stuck in a Moment"

El reverendo Thomas Malthus fue un economista que vivió a finales del siglo XVIII y principios del XIX. Muchas de sus teorías fueron discutidas, pero hasta hoy es recordado por su libro *Ensayo sobre el principio de la población*, en el cual elaboró la teoría que argumenta así: "El poder de la población es superior al poder de la tierra para producir subsistencia para el hombre".¹⁶ En otras palabras, el planeta no puede soportar el crecimiento de la población humana.¹⁷ Aquí en realidad está argumentando que la demanda humana (como un todo) es infinita, mientras que los recursos agrícolas del planeta son limitados. Se mostró posteriormente que, debido a desarrollos en la tecnología agraria, los fertilizantes y los pesticidas, la tierra es varios cientos de

¹⁵ George J. Stigler, "Frank Hyneman Knight", en *The New Palgrave...*, op. cit., p. 58. Véase también Robert H. Nelson, *Economics as Religion*, op. cit., pp. 294-295.

¹⁶ Thomas Malthus, *Ensayo sobre el principio de la población*, 2ª ed., trad. de Teodoro Ortiz, FCE, México, capítulo 7, p. 6, 1998.

¹⁷ Por lo tanto, la reproducción debe ser limitada. Respectivamente, si a los trabajadores se les paga un salario más elevado que el mínimo para subsistir, empiezan a reproducirse y de nuevo no habrá suficiente alimento. En la desalentadora perspectiva de Malthus, los trabajadores en el largo plazo nunca ganarán significativamente más que el mínimo para subsistir.

veces más productiva de lo que parecía ser por ese tiempo, y nuestro planeta hasta ahora no tiene este problema. Malthus ha sido superado: hay suficiente comida, pero los problemas están relacionados con su distribución o con la implementación de nuevas tecnologías.

Posteriormente apareció un argumento neomalthusiano que decía que el incremento de la fertilidad de la tierra, la tecnología y la productividad del trabajo deben tener sus límites; no obstante, ni siquiera esta segunda derivación de la catástrofe malthusiana ha llegado a suceder. Así que me gustaría proponer una tercera derivación: nuestras necesidades crecen más rápido que su satisfacción.

Hace algún tiempo pensamos que, entre más tuviésemos, menos necesitaríamos o querríamos. Pero es aquí donde cometimos un gran error. Las necesidades crecen con lo que tenemos. Nunca nos saciaremos. En otras palabras, el crecimiento de la oferta nunca alcanzará al crecimiento de la nueva demanda. Pero ello nos lleva más lejos, como Malthus mismo observaba¹⁸ (no estoy usando aquí la palabra *adelante* intencionalmente, porque sólo podemos ir hacia adelante cuando hay una cierta meta). En este respecto, argumenta Don Patinkin, "la historia ha mostrado que la sociedad occidental creó nuevos deseos tan rápido como (e incluso más rápido de lo que) expandió los medios para satisfacerlos".¹⁹ En otras palabras, el deseo nunca puede ser satisfecho o, como lo dice Slavoj Žižek, "la razón de ser del deseo no es realizar su meta, encontrar plena satisfacción, sino reproducirse como deseo".²⁰ In-

¹⁸ "Si la población y la comida se incrementaran en la misma proporción, es probable que el hombre nunca hubiera podido emerger del estado salvaje [...] El mal existe en el mundo no para crear desesperación, sino actividad." Thomas Malthus, op. cit.

¹⁹ Don Patinkin, *Essays on and in the Chicago Tradition*, Duke University Press, Durham, Carolina del Norte, 1981, p. 34.

²⁰ Slavoj Žižek, *The Plague of Fantasies*, Verso, Nueva York, Londres, 1997, p. 39. En "The Signification of Phallus" [La significación del falo], Lacan distingue el deseo de la necesidad y la demanda. La necesidad es un instinto biológico que se articula como demanda, pero no obstante la demanda tiene una función doble. Por un lado articula la necesidad y por el otro actúa como una exigencia de amor. Así que, incluso después de que es satisfecha la necesidad articulada como demanda, permanece insatisfecha la exigencia de amor, y este sobrante es el deseo. Para Lacan, "el deseo no es ni el apetito de satisfacción ni la exigencia de amor, sino la diferencia que resulta de sustraer la primera de la segunda". Jacques Lacan, *The Four Fundamental Concepts of Psychoanalysis*, W. W. Norton, Londres, 1998, p. 318 [existe edición en español: *Los cuatro conceptos fundamentales del psicoanálisis*, Paidós, Buenos Aires, 1982]. El deseo es entonces el superávit producido por la articulación de la necesidad en demanda. Lacan agrega que "el deseo empieza a cobrar forma en el margen en que la demanda se separa de la necesidad". *Ibid.*, p. 344. El biólogo checo Jozef Šmajš

cluso el autor del Eclesiastés lo notó: “Nunca se sacia el ojo de ver, ni el oído de oír”²¹

Cuando fue confrontado con la realidad de hoy, Alfred Marshall parece haber sido menos exacto en su predicción: “Los quereres y los deseos humanos son incontables en número y muy variados en tipo; pero son generalmente limitados y susceptibles de ser satisfechos”²². Quizá las necesidades, pero no los quereres ni los deseos. Éstos parecen ser interminables. Por el contrario, entre más tenemos, más parecemos querer. Si necesitamos más y más consumo, como un alcohólico mantiene su ebriedad, ¿acaso el consumo muestra las mismas características que una sustancia adictiva? Si tenemos una depresión por el estancamiento del PIB, o crecimiento cero o muy lento, ¿no nos hemos vuelto adictos? ¿Por qué no sabemos cómo ser razonables? Porque el consumo se comporta como una droga.

En su libro *Women Who Run with the Wolves* [Mujeres que corren con los lobos], Clarissa Estes ofrece una descripción interesante de la adicción: “La adicción es cualquier cosa que agote la vida al mismo tiempo que la hace ‘parecer’ mejor”²³. En su libro *Furia*, Salman Rushdie escribe que todo pecado es un pecado de impropiedad; en otras palabras, una inadecuación donde reclamamos un derecho sobre cosas a las que no tenemos derecho.²⁴ Aristóteles también ve las cosas de modo similar: “[E]l mal pertenece a lo indeterminado”²⁵.

Pensamos que al satisfacer nuestros deseos seremos conducidos a su satisfacción. Pero, desafortunadamente, como podemos verlo hoy en nuestra sociedad históricamente sobre-enriquecida y no obstante sobreendeudada, esto es un error nada trivial. La demanda simplemente crea nueva demanda. La oferta no satisface esta demanda sino que la crea de nuevo. Más aún, la demanda (el querer, la co-

llama a esto demanda abiótica (o necesidades abióticas, consumo abiótico). Véase Jozef Šmajš, *Filozofie: obrat k zemi* [Filosofía de vuelta a la tierra], Academia, Praga, 2008, pp. 366-392.

²¹ Eclesiastés 1:8.

²² Alfred Marshall, *op. cit.*, p. 86.

²³ Clarissa P. Estes, *Women Who Run with the Wolves*, Ballantine Books, Nueva York, 2003, p. 492 [existe edición en español: *Mujeres que corren con los lobos*, Punto de Lectura, Madrid, 2001].

²⁴ Salman Rushdie, *op. cit.*, p. 28.

²⁵ Aristóteles, *Ética Nicomáquea*, *op. cit.*, 1106b29-30: “[La] virtud, entonces, es un término medio, o al menos tiende al medio [...] el mal pertenece a lo indeterminado, mientras que el bien a lo determinado”.

dicia, el anhelo) se hace cada vez más grande con cada nueva oferta, hasta que, debido a la sobresaturación, podríamos entrar en la situación descrita en el salmo 107: “Su alma abominó todo alimento”²⁶. Milán Kundera señala en *El libro de los amores ridículos*, especialmente en la historia “La manzana dorada del deseo eterno”, que hay una cierta felicidad en la simple *búsqueda* de la felicidad, aunque el punto de bienaventuranza al final nunca sea alcanzado. En la cita que abre la historia, Kundera señala la observación de Pascal de que algunos cazadores “no saben que es la persecución, y no la presa, lo que buscan”²⁷. Como lo dice el economista Knight: “La recompensa experimentada es más el gozo de la prosecución que de la posesión [...] el hombre está condenado [...] a perseguir metas que se alejan más rápidamente de lo que él como individuo, o incluso como sociedad, avanza hacia ellas. Así que la vida es, finalmente, si uno así lo elige, o si el temperamento de uno así lo dicta, una especie de labor de Sísifo”²⁸.

En esta concepción, los hombres no conocen su punto de bienaventuranza o saturación. Damos vueltas a su alrededor y lo buscamos como con los ojos cerrados, y sólo lo vemos en retrospectiva. “Nunca seré feliz *de nuevo*” es el enunciado típico que uno escucha, no “Nunca seré feliz”. Sabemos que hubo un punto en el que fuimos felices, pero lo notamos solamente cuando nuestra utilidad ha sido reducida. Como lo dice Simmel, entre más cerca estamos de la felicidad, más crece el deseo de ella. El deseo más vivo no es producido por aquello que se halla absolutamente distante e inasequible, sino por las cosas que no tenemos y no obstante parece —y esta ilusión es fortalecida por la monetarización de nuestra sociedad— que están justo dentro de nuestro alcance.²⁹ Se comporta como el tesoro mítico al final del arcoíris. Entre más caminas hacia el arcoíris, más se alejan éste y el tesoro. “Suficiente se halla apenas sobre el horizonte y, al igual que el horizonte, se aleja conforme nos acercamos.”³⁰ Siempre

²⁶ Salmos 107:17-18: “Fueron afligidos los insensatos, a causa del camino de su rebelión y a causa de sus maldades; su alma abominó todo alimento, y llegaron hasta las puertas de la muerte”.

²⁷ El original proviene de los *Pensées* de Blaise Pascal, Penguin Classics, Nueva York, 1995, p. 70 [existe edición en español: *Pensamientos*, Altaya, Barcelona, 1997].

²⁸ Frank H. Knight, “Liberalism and Christianity”, en *The Economic Order and Religion*, Harper & Brothers, Nueva York, Londres, 1945, p. 71.

²⁹ Véase Georg Simmel, *Peníze v. moderní...*, *op. cit.*, pp. 19-20.

³⁰ Como escribe Paul L. Wachtel, citado en Miroslav Volf, “In the Cage of Vanities:

habrá una distancia, un hiato entre nuestra oferta de posesiones y la demanda de las mismas. La falla de la economía del equilibrio se hace incluso más obvia. “Entre más cerca esté tu lugar de destino, más te resbalas alejándote”, como canta Paul Simon.

¿PUEDE LA OFERTA IGUALAR ALGÚN DÍA LA DEMANDA?

¿Cómo cerrar esta brecha? Parece haber dos modos de disminuir la discrepancia entre la demanda y la oferta. Uno es incrementar la oferta de bienes (en las vidas personales así como en un incremento permanente del PIB) hasta que satisfaga nuestra demanda: tener, por así decirlo, todo lo que queremos tener. Éste es el programa hedonista: encuentra lo que quieres (esto mismo es un ejercicio difícil, como he intentado demostrarlo arriba) y luego lucha por adquirirlo. Ésta es una historia que nunca termina, como es el caso de la zanahoria en la punta de una vara. Sin embargo, tal es el programa que hemos escogido desde la era griega hasta hoy. He ahí una razón por la cual nuestro PIB ha crecido como ha crecido: porque así lo quisimos mucho, pero mucho.

La otra respuesta al problema de la demanda contra la oferta es opuesta y se puede encontrar en las ideas de los estoicos: si hay un desencuentro, una brecha entre demanda y oferta, entonces *reduce la demanda* hasta que se ajuste a tu *oferta* existente. Aunque parece fácil sobre papel, éste es un duro ejercicio psicológico para el cual los estoicos se entrenaban durante toda una vida. Una respuesta común a esto fue: “Es mejor ser un ser humano insatisfecho que un cerdo satisfecho; mejor un Sócrates insatisfecho que un tonto satisfecho”.³¹ Es verdad, pero es todavía mejor ser un Sócrates *satisfecho* (al menos en términos de consumo). Pues fue Sócrates mismo, por cierto, quien dijo que “De este modo las piedras y los muertos [que carecen de necesidades y deseos] serían felicísimos”.³² En última instancia, Platón no atribuye valores positivos a los deseos y necesidades del cuer-

po humano —pues son engañosos—, como hemos ya mostrado en la primera parte de este libro.

Desde este punto de vista, un hombre verdaderamente “rico” es uno que no quiere nada (más), mientras que las necesidades de un hombre pobre son muchas. Así, hablando técnicamente, un millonario insatisfecho puede ser un hombre mucho más pobre que un hombre con bajo ingreso.

LA PREOCUPACIÓN POR LA RIQUEZA

Al final de *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, Weber argumenta que “la preocupación por la riqueza no debía pesar sobre los hombros de sus santos más que como ‘un manto sutil que en cualquier momento se puede arrojar al suelo’. Pero la fatalidad hizo que el manto se trocase en una jaula de hierro”.³³ Sabiendo que no somos santos y que “la preocupación por la riqueza” puede convertirse en una jaula de hierro, no importa cuán próspera sea nuestra civilización, ¿qué hemos de hacer? O bien limitamos nuestros deseos (como los estoicos aconsejan) o nunca seremos felices (ésta es la paradoja de los hedonistas).³⁴ Si buscamos la felicidad, y solamente la felicidad, nunca seremos felices. La felicidad parece llegar como un producto acompañante del bien obrar, no como un fin en sí mismo. Pero ¿debiera ser esto un tema para la economía? Desde luego: un campo que trata de maximizar la utilidad todo el tiempo debería estar al menos completamente consciente de esto.

Hoy se cree que entre más tenemos, más felices y libres somos. Algunos estoicos lo consideraban exactamente del modo opuesto. Un buen ejemplo de esto es el bien conocido caso de Diógenes de Sinope, mejor conocido como Diógenes el cínico. Él creía que entre *menos* viviésemos, *más libres* seríamos. Hoy creemos *exactamente* lo opuesto.

Para evitar malentendidos, no quiero proponer aquí que abandonemos nuestras posesiones, sino mostrar que ésta es una historia que nunca termina. Estamos naturalmente descontentos; como hemos visto, la insaciabilidad es algo que ha estado en la naturaleza humana desde sus comienzos; Diógenes es una excepción rara. Va con-

Christian Faith and the Dynamics of Economic Progress”, en *Rethinking Materialism...*, op. cit., p. 177.

³¹ John S. Mill, *Utilitarianism*, Forgotten Books, 2008, p. 12, www.forgottenbooks.org [existe edición en español: *El utilitarismo: un sistema de la lógica*, Alianza Editorial, Madrid, 1984].

³² Platón, *Gorgias*, en *Diálogos*, op. cit., 492e.

³³ Max Weber, *The Protestant Ethic...*, op. cit., p. 123 [*La ética protestante*, op. cit., p. 286].

³⁴ Una paradoja controvertida en la literatura conocida como el problema de la adaptación hedonista.

tra la naturaleza humana, escribe Kant, “dejar de poseer y disfrutar en algún punto y ser satisfechos”.³⁵ La cuestión es: ¿en qué medida debiéramos ceder ante esta congénita metapropiedad de los seres humanos y cómo deberíamos limitarnos? No deberíamos querer todo lo que podemos querer.

UTILIDAD TAUTOLÓGICA, MAXIMIZACIÓN DE LA UTILIDAD

¡Oh, felicidad! ¡El fin y propósito de nuestro ser!

ALEXANDER POPE, *Ensayo sobre el hombre*

La economía cree que todas las personas, no importa lo que hagan, maximizan su utilidad. Llamamos a esto el enfoque económico. Esto se remonta a Gary Becker, quien en su aseveración imperial dice que “el enfoque económico es un enfoque comprehensivo aplicable a todo comportamiento humano, ya sea que involucre precios monetarios o precios sombra imputados, decisiones repetidas o infrecuentes, decisiones grandes o pequeñas, fines emocionales o mecánicos, personas ricas o pobres, varones o mujeres, adultos o niños, personas brillantes o estúpidas, pacientes o terapeutas, hombres de negocios o políticos, profesores o estudiantes”.³⁶

Pero, ¿qué significa esta palabra “utilidad”? Tenemos muchos modelos para la maximización de la utilidad y podemos gastar años estudiando cálculos de optimización. En la avalancha de todas las definiciones y demostraciones matemáticas, nuestros “rigurosos” libros de texto han olvidado definir qué *significa* en realidad el término *utilidad*. No es de asombrarse, porque saben bien lo que están haciendo: si lo definieran, los estudiantes rápidamente perderían interés en el libro de texto. Es mejor mantenerse callado acerca de esto y dirigir la atención al abundante aparato matemático. Se supone que la “utilidad” es la meta de toda actividad humana, así que examinemos esta palabra y veamos qué tan lejos podemos llegar con ella: “Para sacu-

³⁵ Citado en Miroslav Volf, “In the Cage of Vanities”, en *Rethinking Materialism...*, op. cit., p. 172. Immanuel Kant, *Critique of Judgement*, Hackett, Indianápolis, 1987 [existe edición en español: *Crítica del discernimiento*, Antonio Machado, Madrid, 2003]. O “La insaciabilidad pertenece a la constitución básica de los seres humanos”.

³⁶ Gary S. Becker, *The Economic Approach to Human Behavior*, University of Chicago Press, Chicago, 1976, p. 8. Véase también Pierre Force, op. cit., p. 8.

dir una hipótesis, a veces no es necesario hacer más que empujarla tan lejos como puede llegar”.³⁷

Podemos encontrar la siguiente definición de utilidad en el diccionario de economía Collins:³⁸ “Utilidad: Satisfacción o placer de un individuo que deriva del consumo de un bien o servicio”.

Desde luego, utilidad, satisfacción y placer son sinónimos: en las citas mencionadas arriba pueden ser libremente intercambiados. Se trata de una definición del tipo $A = A$, donde utilidad es satisfacción o felicidad o placer. Por esta razón, si fuésemos a rescribir este enunciado, obtendríamos: “La utilidad es la utilidad que un individuo obtiene a través del consumo de un bien o servicio”.³⁹

Desde luego, no es verdad que un individuo sólo maximice constantemente su utilidad a través de bienes y servicios. A veces, por ejemplo, duerme, está ocioso, duerme más de lo necesario para regenerarse, o platica con niños y amigos. Una persona razonable consideraría que nada de esto es consumo de bienes o servicios. En este momento, por lo general sucede una cosa notable: la definición de utilidad se expande para incluir el sueño, las pláticas con niños, y así consecutivamente. Si queremos guardar consistencia al decir que una persona constantemente maximiza su utilidad sin importar otra cosa, debemos abandonar la inequívoca definición “estrecha”. De ahí obtenemos lo siguiente: “la utilidad es la utilidad (satisfacción o placer) que un individuo obtiene a través del consumo de un bien o servicio, descanso, trabajo, etc. (entiéndase por esto cualquier cosa que haga feliz subjetivamente a una persona o, en otras palabras, incrementalmente la utilidad)”.

Otra solución es expandir el término *consumo* a cualquier otra actividad que incrementalmente la utilidad del consumidor. Desde luego, el resultado es el mismo: “La utilidad es obtenida por un individuo a

³⁷ Denis Diderot, *Selected Writings*, Macmillan, Nueva York, 1966, p. 77.

³⁸ El término “utilidad” ni siquiera aparece en el índice de algunos libros de texto de economía. Según Gregory Mankiw, *Principles of Economics*, South-Western Cengage Learning, Mason, 2009, p. 442: [existe edición en español: *Principios de economía*, McGraw-Hill Interamericana, México, 2004]: “La utilidad es al mismo tiempo la felicidad y la satisfacción que una persona tiene con respecto a su situación vital. La utilidad es la medida de la prosperidad. Esto implica nuevamente definir sinónimos, porque es también muy posible decir que la felicidad es el nivel de utilidad o satisfacción, o que la satisfacción es el nivel de felicidad y utilidad”.

³⁹ Si traducimos “el consumo de activos o servicios” al lenguaje normal, encontramos que la utilidad es la utilidad que un individuo obtiene a través del consumo.

través del consumo de (o la realización de) aquello que incrementa la utilidad”.

No es necesario continuar con este ejercicio; está claro que cualquier enunciado sobre la maximización de tal utilidad es naturalmente válido. Obtenemos una tautología: “La utilidad es obtenida por un individuo a través de actividades que incrementan la utilidad”. Y debido a que cada persona obtiene utilidad de otra cosa, arribamos a esta fórmula: “Un individuo hace lo que quiere hacer”.

Podemos ver que este enunciado es vacuo; y por esta razón puede ser constantemente “válido” porque dice que $A = A$. De este modo es posible tratar de explicar económicamente, por ejemplo, el amor de una madre a su hijo, y decir que la madre obtiene utilidad amando a su hijo. Y cualquier cosa que sacrifique por su hijo es porque maximiza su utilidad; es por ello que, por ejemplo, alimenta a su niño, porque obtiene utilidad con ello. Esto, desde luego, significa lo mismo que decir que una madre nutre a su niño porque quiere nutrirlo; no obstante, un economista quedaría atrapado en un círculo sin decir nada nuevo. Si una madre no alimentara a su hijo, un economista hábilmente explicaría *que la madre no lo nutrió porque obtiene utilidad de no nutrir*.⁴⁰

De forma alternativa, definimos utilidad estrechamente, tal como la utilidad que brota de los activos negociables, pero entonces llegamos a la conclusión de que el modelo del *homo oeconomicus* no sabe cómo explicar *todo* comportamiento humano.⁴¹ No obstante, los

⁴⁰ “La suposición de que toda conducta es egoísta es ponernos en el plan más tacaño a la hora de hacer fórmulas, y a los científicos siempre les agrada explicar mucho con poco. Pero no podemos concluir ni en general ni en una ocasión dada que el egoísmo sea la motivación más difundida. A veces el mundo es complejo, y la explicación más sucinta es errónea [...] La idea de que el interés propio hace girar el mundo se ve refutada por algunos hechos familiares. Algunas formas de conducta servicial no obtienen devolución y entonces no pueden ser explicadas por el interés propio a largo plazo. Los padres tienen un interés egoísta de ayudar a sus hijos suponiendo que los hijos se preocuparán por los padres en la vejez, pero no está en el interés egoísta de los hijos proporcionar tal cuidado. Y sin embargo muchos lo hacen.” Jon Elster, *Nuts and Bolts for the Social Sciences*, Cambridge University Press, Cambridge, 1989, p. 54 [existe edición en español: *Tuercas y tornillos: una introducción a los conceptos básicos de las ciencias sociales*, Gedisa, Barcelona, 1996, p. 61]. También en Pierre Force, *op. cit.*, p. 10.

⁴¹ En vez de la palabra *utilidad*, Albert O. Hirschman usa la palabra *interés*. Las implicaciones, sin embargo, son las mismas; si bien parece alabar el principio, él mismo admite: “Se convirtió en una verdadera moda así como en un paradigma (*a la Kuhn*) y la mayor parte de la acción humana fue repentinamente explicada por el interés propio, a veces al punto de

economistas no quedaron satisfechos con esta conclusión (verificable), y redefinieron el término “utilidad” de tal manera que comprendiese todo, incluyendo la utilidad (presunta, esperada) de las recompensas de ultratumba. Cuando incluimos todo en el término “utilidad”, incluso los mártires o san Francisco se convierten en maximizadores egoístas de su propia (si bien póstuma) utilidad. Con esto, la economía cayó en la trampa marxista de la falsificación popperiana⁴² y la inverificabilidad de los modelos que *de facto* dicen que el hombre hace lo que quiere hacer. Si un individuo maximiza la utilidad, que cada quien define por sí mismo, Popper inmediatamente preguntaría: ¿cómo tendría que actuar un individuo para *no* maximizar su utilidad? En otras palabras: ¿puede alguien avanzar en dirección opuesta a su función optimizadora? Si no es posible presentar un ejemplo pensable, entonces la teoría no es falsificable y *de facto* carece de razón de ser.

Pero regresemos a la línea principal del argumento. Como Caldwell observa, al elaborar un punto de Hutchison: “La ciencia contiene enunciados que son o bien concebiblemente falsificables por la observación empírica o no lo son. Aquellos que no son así falsificables son tautologías, y son por lo tanto carentes de contenido empírico. Se sigue, entonces, que las proposiciones de la teoría pura carecen de contenido empírico”.⁴³

Caldwell escribe además: “La prosecución del interés propio, se afirma, es inútil si se define de manera demasiado estrecha, [...] y vacía si se define de manera demasiado amplia, pues entonces todo comportamiento se convierte en comportamiento maximizador”.⁴⁴

la tautología”. Albert O. Hirschman, *Las pasiones y los intereses: argumentos políticos en favor del capitalismo antes de su triunfo*, trad. de Eduardo L. Suárez, FCE, México, 1978.

⁴² Sir Karl Popper propuso reconocer los argumentos científicos de acuerdo con si sus postulados eran falsificables. ¿Qué tendría que ocurrir para que una teoría resultase falsa? Si tales variantes realistas existen pero a pesar de esto no estuvieran demostradas, la teoría dada podría ser considerada científica. Pero, por otra parte, si la teoría dada explica todo comportamiento posible, entonces se vuelve pseudociencia. Popper, por ejemplo, describe por qué el abordaje marxista de la historia le pareció acientífico: Marx era capaz de explicar absolutamente todo acerca de su teoría, e incluso la situación aparentemente opuesta. Si una teoría dada se las arregla para explicar todas las situaciones imaginables, por ejemplo, en el contexto de la teoría de la lucha de clases, entonces algo anda mal en algún lado. Si la teoría puede explicar todo, eso no es su fortaleza, sino su debilidad.

⁴³ Bruce J. Caldwell, *op. cit.*, p. 108.

⁴⁴ *Ibid.*, p. 146.

Podemos aprender de los errores, pero difícilmente de las tautologías. Las tautologías son un ejercicio útil en los métodos lógicos. No permiten, por definición, error alguno, pero no obstante eso son siempre válidas y verdaderas. No son *absurdas*, sino que carecen de *sentido*, de *contenido*. “La proposición muestra lo que dice; la tautología y la contradicción, que no dicen nada.” “La tautología carece de posibilidades veritativas, dado que es incondicionalmente verdadera; y la contradicción no es verdadera en condición alguna. Tautología y contradicción carecen de sentido [...] Tautología y contradicción no son figuras de la realidad. No representan ningún posible estado de cosas. Porque aquélla permite *cualquier* posible estado de cosas, ésta *ninguno*.”⁴⁵

He aquí la paradoja crucial: el orgullo de los economistas, que el modelo del *homo oeconomicus* incluye todas las posibilidades y por lo tanto puede explicar *todo*, debiera ser en realidad nuestra más grande vergüenza. Si podemos explicar todo con un término o principio cuyo significado no conocemos, entonces debemos preguntar en realidad qué estamos explicando.

Por cierto: no es verdad que el pensamiento abstracto siempre simplifique las cosas. A veces realmente podemos complicarlas también. Esto fue observado por Friedrich Nietzsche, quien habló de cómo el conocimiento teórico podía cegarnos a las cosas obvias. Esto se ilustra, por ejemplo, por la historia griega de Edipo. Aunque (o precisamente porque) Edipo es el más sabio de su pueblo (se las arregla para resolver el acertijo), permanece completamente ciego a lo obvio. No sólo no sabe la cosa básica que todo niño conoce (quiénes son sus padres), sino que incluso ignora que él mismo (¡sin saberlo!) cometió parricidio e incesto.

LA ERA DEL ECONOMISTA: LA ERA DE LA DEUDA Y LA CAÍDA DE ÍCARO

Aristóteles consideraba el *exceso* como la principal debilidad de las personas. Cada característica (incluyendo las buenas), si se lleva a los extremos, se torna dañina. Así, el amor agobiante amenaza con convertirse en celos sofocantes, el cuidado de la salud propia puede

⁴⁵ Ludwig Wittgenstein, *op. cit.*, 4:461-4:462.

convertirse en un egoísmo insoportable, donde todo excepto yo y mis intereses pierde legitimidad. Por esta razón, Aristóteles es frecuentemente llamado el filósofo del dorado camino medio. La única característica, escribe Aristóteles, que no puede en modo alguno ser llevada a los extremos o exagerada es la *moderación*. Es la moderación, sin embargo, de lo que carecemos; en tiempos recientes hemos estado demasiado tentados por la riqueza, así como Ícaro estuvo tentado a volar demasiado cerca del sol.

Quizá nuestra era pase a la historia como la era de la deuda. En décadas recientes nuestra deuda ha crecido no debido a la escasez sino debido al excedente, al exceso. Nuestra sociedad está sufriendo de hambrunas, pero debe resolver otro problema: cómo ofrecer una comida a alguien que está lleno. Un dicho usado en Eslovaquia expresa esto bien: *El ojo querría comer más, pero el vientre está lleno*. En la Roma antigua, cuando las riquezas y los gustos superaban la capacidad del estómago, el conflicto entre el ojo hambriento y el estómago físicamente sobrellenado se resolvía mediante los legendarios vomitorios. En nuestra sociedad esto es considerado aestético... así que creamos nuevas formas para resolver el problema.

El problema de nuestra parte del mundo es *cómo comer y al mismo tiempo no comer* (mientras que, desde luego, para la parte fundamental de nuestra historia y presente, parte del mundo tiene hambre). Creamos crema sin grasa, mantequilla sin mantequilla. Eliminamos las partes más nutritivas de nuestras comidas.⁴⁶ En este contexto, también es interesante recordar las palabras de Jesús: “No os afanéis por vuestra vida, qué habéis de comer o qué habéis de beber; ni por vuestro cuerpo, qué habéis de vestir. ¿No es la vida más que el alimento, y el cuerpo más que el vestido?”⁴⁷

Estas palabras hablan con la misma audibilidad a nuestra sobrealimentada generación como lo hicieron en los tiempos cuando había preocupación acerca de qué comer —la preocupación de que

⁴⁶ En culturas anteriores, donde la característica dominante era una escasez real, la grasa era considerada la parte más valiosa de la comida (de allí la frase bíblica “grosura de la tierra”: “Os daré lo bueno de la tierra de Egipto, y comeréis de la abundancia [grosura] de la tierra”, Génesis 45:18), igual que el sebo, mientras que la carne magra era arrojada a los perros. También Prometeo engañó a Zeus al tener un paquete de carne que parecía grasa; precisamente este paquete fue escogido por Zeus. Hoy, nuestra aproximación a la carne es la opuesta.

⁴⁷ Mateo 6:25.

uno tuviese *demasiado poco* que comer—. Nuestra preocupación hoy es también qué comer, pero la preocupación proviene del lado exactamente opuesto: nos preocupamos de que tengamos *demasiado* que comer.

Entre más tenemos, más queremos. ¿Por qué? Quizá pensamos (y esto suena verdaderamente intuitivo) que, entre más tengamos, menos necesitaremos. Entre más cosas movamos del conjunto del *necesito tener* al conjunto de *tengo*, más se reducirá el conjunto del *necesito tener*. Pensamos que el consumo conduce a la saturación, la saciedad de nuestras necesidades. Pero lo opuesto ha resultado ser verdadero. Entre más tenemos, más cosas adicionales necesitamos. Es suficiente comparar todo lo que no necesitábamos hace 20 años (computadoras, teléfonos celulares) con lo que objetivamente necesitamos hoy (*laptops* ultraligeras, nuevos teléfonos móviles cada dos años, conexiones permanentes y rápidas al internet móvil). Aunque el rico debiera tener menos necesidades insatisfechas que el pobre, la realidad está resultando ser absolutamente lo opuesto. Keynes dijo una vez que los salarios se pegan hacia abajo. Bueno, es realmente el consumo lo que se pega hacia abajo. Es fácil subir la escalera del consumo pero asimétricamente más incómodo regresar hacia abajo. Todo nuevo deseo que sea satisfecho generará uno nuevo y nos dejará donde empezamos. Así que cuidado con todo nuevo deseo que adquieras: es una nueva adicción. Pues el consumo es como una droga.

IX. EL PROGRESO, EL NUEVO ADÁN Y LA ECONOMÍA DEL SABBAT

No podemos ver algo hasta que somos poseídos por su idea, la metemos en nuestras cabezas... y entonces difícilmente podemos ver cualquier otra cosa.

HENRY DAVID THOREAU¹

EL PROGRESO

Del mismo modo que la reina Isabel preguntara en 2008 a los economistas por qué fueron incapaces de predecir la inminente crisis, Václav Havel, en reacción a la crisis, preguntó acerca del significado del crecimiento. “¿Por qué debe todo crecer constantemente? ¿Por qué deben crecer la industria, la manufactura y la producción? ¿Por qué deben crecer aconceptualmente las ciudades en todas direcciones, hasta que no queda ni siquiera un poco de paisaje, ni siquiera un poco de pasto?”² Como el mismo Havel recuerda, durante sus más de cinco años en la prisión bajo el régimen comunista tuvo también que trabajar constantemente, pero en la mayoría de los casos era un trabajo completamente carente de sentido: era “trabajo por el trabajo mismo”. ¿Tiene el crecimiento económico siempre un significado, o es meramente crecimiento por el crecimiento mismo?

Cuando hay demasiado de algo, frecuentemente no lo notamos. Y tienden a ser las cosas más importantes las que pasamos por alto... precisamente porque parecemos estar tan seguros de ellas. Una de éstas es la idea de progreso. Nos rodea constantemente. En la televisión, en los comerciales, en los anuncios políticos y en las bocas de los economistas. Es el imperativo no discutido de nuestro tiempo, algo que es simplemente tan automático que no lo vemos. Podemos

¹ Henry David Thoreau, *Civil Disobedience and Other Essays (The Collected Essays of Henry David Thoreau)*, Digireads.com Publishing, Stilwell, Kansas, 2005, p. 96 [existe edición en español: *Desobediencia civil y otros escritos*, Tecnos, Madrid, 1987].

² Václav Havel, entrevista con R. Kalenská, “Někdy se mě zmocňuje pocit...” [A veces tengo este vano sentimiento...], *Lidové Noviny*, 15 de noviembre, 2008.