

DOS ENFOQUES SOBRE EL CONSUMISMO

Baldomero López Carrera

Resumen: Con una diferencia de casi diez años han aparecido en el ámbito de la filosofía dos obras sobre la sociedad de consumo: una (1993), de Eladio Chávarri; otra (2002), de Adela Cortina. Los enfoques de ambos profesores son harto diferentes. El de Chávarri no se ciñe a ninguna de las disciplinas filosóficas tradicionales (ética, metafísica, epistemología, antropología, etc.), pues el calado de su reflexión requiere marcos de referencia más comprensivos. Cortina estudia el consumismo desde una determinada teoría ética. El autor escoge ocho aspectos de la sociedad de consumo en los que contrasta los análisis de los referidos profesores.

Eladio Chávarri está dedicando gran parte de su reflexión al ser humano de la sociedad de consumo¹. Hace diez años publicó un extenso ensayo², y cuatro años más tarde volvió sobre el asunto con otro libro³. Antes y después han aparecido diversos artículos suyos con la misma temática de fondo⁴. Su enfoque de la sociedad de consumo no se ciñe a ninguna de las disciplinas filosóficas tradicionales (ética, metafísica, epistemología, antropología, etc.), pues el calado de su discurso requiere marcos de referencia más comprensivos. Recientemente, Adela Cortina sacó a la luz una obra que analiza el consumo desde el marco de la ética⁵. En las líneas que siguen, analizaré aquellos aspectos de la sociedad de consumo en los que puedan contrastarse las res-

- ¹ Para una introducción a su pensamiento, véase LÓPEZ, B., "Eladio Chávarri, un pensador preocupado por los hombres de nuestro tiempo", en *Estudios Filosóficos* 148 (2002) 505-514.
- ² CHÁVARRI, Eladio, *Perfiles de nueva humanidad*, Salamanca, San Esteban, 1993.
- ³ CHÁVARRI, Eladio, *Nuestro arquetipo humano. Trazos de su razón soberana*, Salamanca, San Esteban, 1997.
- ⁴ Véase la bibliografía del autor que aparece en LÓPEZ, B., o.c., pág. 513-514.
- ⁵ CORTINA, Adela, *Por una ética del consumo*, Madrid, Taurus, 2002.

pectivas visiones de estos dos autores. Antes, una precisión pragmática: con el término "*moral*" me referiré al nivel fáctico de este valor (ser justo, por ejemplo), mientras que usaré el vocablo "*ética*" cuando se trate de la reflexión sobre los valores morales.

1. ENVERGADURA VITAL VERSUS ESENCIA DEL SER HUMANO

Eladio Chávarri considera al ser humano como un viviente; de ahí que analice –como lo haría cualquier científico– su contextura o *envergadura vital*. La envergadura vital del Homo la constituye un cuerpo cargado de energías, a las que los humanos hemos configurado como conocimientos, imaginaciones, razonamientos, intuiciones, entendimientos, creaciones, recuerdos, sensibilidades, sentimientos, emociones, pasiones, querer, decisiones, voluntades, fuerzas, producciones, etc. El autor denomina "*espacio interior*" a este conjunto de energías; tal expresión no tiene en él otro alcance que el de referirse simplemente a lo que no es exterior al ser humano. También forma parte de la envergadura vital del Homo el *medio* en el que vive, "pues un viviente aislado, replegado sobre sí mismo, es un ente puramente imaginario; no existe; su vida es, por naturaleza, una vida de relación, de estrecha simbiosis con el medio". Ahora bien, el *medio humano* es mucho más complejo que el de los demás vivientes: entraña tres dimensiones, niveles, o simplemente medios, a los que el autor denomina *natural-cósmico*, *histórico* (socio-histórico) y *metahistórico*. Ellos son los que proporcionan al viviente Homo la alimentación apropiada, la que necesita. Entre los medios y el espacio interior se da una mutua implicación y una continua interacción, cuyo resultado es un cambio constante en cada uno de los medios, en el espacio interior y en las relaciones entre ellos. Esta mutua implicación se produce porque el Homo es un ser a medio hacer; de ahí que Chávarri prefiera hablar del "*hacerse hombre*" más que del "*ser hombre*". Hay que señalar que la envergadura vital del Homo tal como la entiende este autor es una clave formal de nuestra razón; pero él no la ha construido sin fundamento alguno, sino que se apoya en lo que el linaje Homo ha ido conquistando en el proceso de evolución. Por eso, no podría aplicarse al árbol, a la rana, al tigre, al ángel o al chimpancé, ya que carecen total o parcialmente de las características que la evolución ha dotado al ser humano.

El espacio interior y los medios natural-cósmico, histórico y metahistórico no agotan todo lo que es el *ser* del Homo, sino que constituyen tan sólo el almacén vital, el esquema vital, la contextura vital. El ser humano no sería nada ni viviría si no se alimentara, si no llenara de "contenido" esa contextura. Pues bien, los alimentos, que se los proporcionan los referidos medios y también el espacio interior, son los seres en cuanto son *valiosos* para él, como veremos en el próximo apartado. Finalmente, los seres valiosos se asimilan por medio de las acciones apropiadas (comer, discutir, hacer gimnasia, dormir, estudiar, rezar, bailar, ayudar a los demás, ser justos, respetar las reglas,

votar, etc.). Chávarri llama "*experiencias*" a estas acciones de asimilar seres. En resumen, este autor entiende que el *ser* del hombre –su envergadura vital– lo constituyen su espacio interior, los seres que le aportan los medios natural–cósmico, histórico y metahistórico, dichos medios, y las acciones que el Homo realiza para la asimilación de esos seres valiosos. Y como todo ello está en continua interacción y mutua implicación –por estar el Homo a medio hacer–, el *ser* del hombre no es sólo el ser que ya se ha manifestado en él, sino también el que está por aparecer. Un *ser*, por lo tanto, demasiado complejo, que no se deja aprehender con cuatro rasgos.

Adela Cortina ofrece un análisis bien diferente del *ser* del Homo. Ella lo limita a la *esencia* –también una clave formal–, y ésta, a la *libertad*. La libertad es, para Cortina, la esencia del ser humano (p. 224). Se lamenta de que el Homo del siglo XXI haya cifrado dicha esencia en el consumo (p. 21), y por eso propone devolver a la libertad el señorío sobre el consumo. Es cierto que en algún momento esta autora habla de «las dimensiones personal, social, institucional y ecológica» del consumo (p. 216); y en otros lugares alude a que «las personas deben estar dispuestas a defender su 'yo ecológico', y no sólo su 'yo social', porque los seres humanos no son sólo sociales, sino también 'ecológicos'... por inclinación natural, no sólo por deber moral» (p. 149). Pero Cortina no va a tomar estas diversas dimensiones como constitutivas de la *esencia* del ser humano, ni tampoco como hitos de su reflexión ética sobre el consumismo, porque para ella la referencia última es la libertad.

La cuestión del *ser* del Homo no es un asunto baladí para una reflexión sobre la sociedad de consumo, sino que es la fuente y el fundamento de los que se derivan otros muchos, por lo que diferentes enfoques y tratamientos de este tema repercutirán en todos los demás. Así, Eladio Chávarri va mostrando a lo largo de su obra cómo afecta la sociedad de consumo al espacio interior, a la relaciones con los medios natural–cósmico, histórico y metahistórico, a los valores y a las acciones de asimilación de los mismos. De cada una de esas dimensiones escoge unas cuantas experiencias que él considera significativas y esclarecedoras para su propósito. Adela Cortina, sin embargo, centrará su análisis en los ámbitos que ella relaciona con la libertad.

2. PERCEPCIÓN DIFERENTE DE LOS VALORES

Otro de los componentes del *ser* del hombre son, para Eladio Chávarri, los *valores*, es decir, los seres en cuanto están implicados en el desarrollo de la envergadura vital del Homo. Este autor repite con frecuencia que el ser humano "es" lo que "come"; de ahí que la cuestión de los valores sea uno de los pilares sobre los que gravita su reflexión sobre el hombre de la sociedad de consumo. Es más: el ser y los entes le interesan en la medida en que alimentan las experiencias humanas. Pues bien, Chávarri concibe los valores como relaciones entitativas entre los entes y el ser humano, ya que representan riqueza o devastación del Homo. Por tanto, no se pueden desligar los

valores ni de los entes ni del ser humano⁶. Hoy este autor habla de que esas relaciones entitativas ejercen funciones “*modalizadoras*”. Así, por ejemplo, un zapato, cuyo fin es proteger el pie, puede ser *modalizado* por valores de tipo biopsíquico (ser cómodo/incómodo, sano/insano), estético (bello/feo), económico (caro/barato), etc. Cabe hacer una distinción entre valor *sustantivo* y valor *modalizador*; de una obra de arte, por ejemplo, el valor sustantivo sería el estético, y *modalizadores*, todos los demás. En principio, cada una de las *modalizaciones* contribuye a un mayor enriquecimiento entitativo del ser humano (zapato que, además de ser cómodo, resulta bello y barato). Pero serán devastadoras aquellas *modalizaciones* que se hacen con contravalores (zapato incómodo, feo y caro), o las que deterioran o suprimen los valores sustantivos (zapato que cuanto más bello es, más incómodo resulta).

Una misma envergadura vital humana puede ser alimentada de muy diversas maneras, como así ha sucedido en el proceso evolutivo desde que apareció el linaje Homo hace unos tres millones de años. Son las funciones selectoras las que van escogiendo en cada momento de la evolución bajo qué *modalizaciones* valiosas han de ser asimilados los entes. Chávarri señala que los valores que han ido apareciendo en el proceso de evolución pueden agruparse en siete grandes categorías: biopsíquicos, económicos, epistémicos, estéticos, morales, religiosos y sociopolíticos. No pretende que dicha clasificación sea exhaustiva, pues seguramente muchos valores no encajan en ninguna de estas siete clases; pero lo que sí es importante para este autor es que ninguna clase de valor puede ser sustituida por otra en su función *modalizadora* específica.

Hay en Adela Cortina algunas referencias a los *valores*, pero no parece que esta cuestión sea un pilar significativo en sus análisis sobre la sociedad de consumo. En cuanto a las clases de valores, esta autora habla de capacidades biológicas, sociales, estéticas, intelectuales, religiosas,... de capacidades corporales, mentales, sociales, de la singularidad, ..., de sobrevivir, convivir, gozar de la belleza y el conocimiento, experimentar el profundo sentido de la vida (p. 22)..., y de relaciones familiares, amistosas, actividades artísticas, intelectuales, voluntarias, religiosas (p. 239). Pienso, sin embargo, que en el fondo no considera como valores nada más que a los morales, religiosos y sociopolíticos. Sigue, pues, la tradición del pensamiento occidental, que desde tiempo inmemorial no ha juzgado a los bienes económicos y, sobre todo, a los biopsíquicos como auténticos valores (pp. 14, 23, 28, 29, 40, 104, 113, 138, 139, 147, 176, 180, 257 y 320). Consumir, por ejemplo, no será una acción valiosa en sí, sino para otra cosa; por ello debe abolirse el fetichismo

⁶ CHÁVARRI, Eladio, “Dimensiones de los valores”, en VV.AA., *Valores marginados en nuestra sociedad*, Salamanca, San Esteban, 1991, pp. 37–68. CHÁVARRI, Eladio, “Paradigmas de la razón valorativa”, en *Estudios Filosóficos* 38 (1989) 7–40. CHÁVARRI, Eladio, “Reflexiones sobre la experiencia valorativa”, en VV.AA., *Ética y sociología. Estudios en memoria del profesor José Todolí Duque*, O.P., Salamanca, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense de Madrid y Editorial San Esteban, 2000, pp. 515–530.

de la mercancía (pp. 230–31), contentarse con el consumo suficiente, y controlarlo con el fin de poder hacer las cosas que valen la pena. (p. 260); el consumo conforma sociedades... desinteresadas... de los valores espirituales. (p. 23). Evidentemente, los económicos y los biopsíquicos no parecen ser, para esta autora, valores "espirituales". Sintonizando con este reduccionismo valorativo están sus referencias –tomadas sobre todo de psicólogos– a la distinción entre necesidades verdaderas y falsas, deseos auténticos y deseos creados por el marketing, distinción que Cortina considera nuclear en ética (p. 103). El consumo, lógicamente, no satisfará necesidades verdaderas ni deseos auténticos, y además acarrea una serie de incomodidades que, si reflexionamos, deberían hacernos desistir de tanto consumo (pp. 259–260).

3. LOS ESTILOS DE VIDA

En el pensamiento de Eladio Chávarri sobre el ser humano tienen mucha importancia los *estilos de vida* (él los llama también "modelos humanos", "arquetipos humanos", "paradigmas humanos", "formas de vida"). Veamos por qué. El ser humano, a diferencia de los demás vivientes, no se nutre siempre igual y de forma indiscriminada, sino que organiza su alimentación. Y así, observamos que no todas las culturas dan la misma importancia a cada una de las siete clases de valores que hemos señalado. Pues bien, cada organización de los valores en torno a un *núcleo valorativo* constituye un *estilo de vida*, un modo de ser y de hacerse hombre. Sabemos que el núcleo es la parte o punto central de una cosa, sirve de sostén a la misma, actúa como órgano rector de las funciones de los demás componentes y, sobre todo, empapa de su propia sustancia a los otros elementos del entorno. Esas funciones son las que desempeñan los núcleos valorativos en los modos de hacerse hombre: en cada estilo de vida todas las dimensiones de la envergadura vital del ser humano, todos los valores y todas las experiencias se ven amplia y profundamente *modalizados* por el núcleo valorativo. La expresión habitual "jerarquía de valores" no muestra más que la función de gobierno de unos valores sobre otros, pero no la influencia, el empapamiento, la *modalización* que los valores del núcleo ejercen sobre todo el *ser* del hombre. Habrá, pues, tantos estilos de vida como núcleos valorativos diferentes; al revés: un mismo núcleo valorativo dará lugar a un solo estilo de vida. La sociedad de consumo, por ejemplo, es un único estilo de vida, aunque evidentemente admite múltiples variaciones y mezclas.

Chávarri analiza tres funciones de los estilos de vida. Una es la función *biográfica*: el propio estilo de vida es el marco donde se desarrollan la identidad y los proyectos vitales de cada biografía, de cada ser humano concreto. Otra es la función *judicativa*: un determinado estilo de vida es el punto de referencia último para establecer lo que es humano o inhumano. Una tercera es la función *terapéutica*: todo estilo de vida pretende sanar las inhumanidades causadas por otros estilos de vida.

El núcleo valorativo de nuestro estilo de vida lo constituyen los valores económicos y también los biopsíquicos (aquellos que hacen referencia a nuestras necesidades como vivientes, a la lucha por la salud, al cultivo del cuerpo, a los placeres de los sentidos, al sexo y al bienestar psíquico). “Este estilo de vida hubiera sido un auténtico escándalo para los filósofos griegos –incluidos los epicúreos–, los éticos romanos, los teólogos y místicos medievales o los humanistas renacentistas y modernos, porque en Europa nunca se han estimado los biopsíquicos como auténticos valores humanos; se consideran más propios del gorila o del chimpancé”. Desde luego, sería inimaginable para estos pensadores que los valores económicos y los biopsíquicos pudieran ser el quicio sobre el que se asentara y girara todo un estilo de vida. Pues bien, ahora estos valores *modalizan* de manera casi absoluta y tiránica a los demás, a toda envergadura vital y a las experiencias. Aquí está, para Chávarri, la diferencia entre *consumo* –acto de procurarse los bienes económicos y biopsíquicos para subsistir– y *sociedad de consumo* o *consumismo* –estilo de vida en el que los bienes económicos y biopsíquicos constituyen el núcleo valorativo–. Y aquí está también el quid donde él centra la valoración de nuestro estilo de vida. En efecto, las biografías a las que da lugar este estilo de vida –no el acto de consumir– son las biografías consumistas: toda la identidad individual y social, la estima, el prestigio y el estatus de las personas están *modalizados* por el consumo; en otro estilo de vida, los patrones para construir la identidad serían otros. En cuanto a la función judicativa que ejerce el estilo de vida consumista, hoy el criterio dominante que se utiliza para medir lo humano e inhumano es la posesión o carencia de valores biopsíquicos y económicos. Por lo que se refiere a la función terapéutica, tenemos plena confianza en que la solución a todos nuestros problemas está en el consumismo. Chávarri va analizando en su obra cómo cada una de las dimensiones de la envergadura vital del ser humano (el espacio interior, las relaciones con los medios natural-cósmico, histórico y metahistórico), los valores y las experiencias están amplia y profundamente *traspasados, modalizados*, por el consumismo.

Adela Cortina también da importancia en su reflexión sobre el consumo a los *estilos de vida* y a las *formas de vida*. Ella afirma que «el consumo es mucho más que un momento en esa cadena de la actividad económica ‘producción, intercambio, distribución, consumo’; ... mucho más que un medio de supervivencia. Es una forma de relacionarse los seres humanos, ...una forma de comunicarme a mí misma y a los demás que... una forma de sentirme yo misma ...» (p. 13), «... una forma de vida...» (p. 14), «... la esencia humana en el cambio de milenio». (p. 21), «...la dinámica central de la vida social» (p. 65). Pero ni *estilo de vida* ni *forma de vida* tienen la extensión ni el calado entitativo que vimos en Chávarri, aunque Cortina afirme que los «estilos de vida se fundamentan en la priorización de valores» (p. 248). Para ella, los estilos de vida son lo que entienden los sociólogos por tal, es decir, conjunto de “preferencias subjetivas” comunes a muchos individuos en lo referente a ciertos valores de tipo sociopolítico como «autorrespeto, seguridad, relaciones cálidas con otros, sentido de la realización, satisfacción consigo mismo, respeto-

bilidad, sentido de pertenencia y disfrute de la vida» (p. 104; pp. 106, 120, 130, 194 y ss.); también, «las formas distintas de casarse, comer, beber, hablar, divertirse, vestir ropas especiales, llevar ciertas armas, ...» (p. 97). Sobre todo, *estilos de vida* son los distintos modos de consumir bienes que hay dentro de la sociedad de consumo (p. 96 y ss; p. 137); por lo que cabe distinguir entre el estilo de vida de los ricos y el de los pobres, el del primer mundo y el del tercero, el de los que consumen compulsivamente y el de los moderados. En realidad, Adela Cortina articula toda su reflexión sobre el *acto* de procurarse bienes económicos, y no en torno a un *estilo de vida* que empapa todo el *ser* del hombre. Y dicho acto, por ser protagonista, absorbente, compulsivo y desorbitado en nuestra cultura, tiene efectos negativos que conviene corregir. ¿Cómo? Moderando la cantidad y repartiendo los bienes de consumo; de este modo quedan resueltos, para esta autora, los problemas que genera nuestro estilo de vida (pp. 143–44, 304).

4. ESTILOS DE VIDA FÁCTICOS, HORIZONTES Y DIGNIFICADORES

Ni Eladio Chávarri ni Adela Cortina están contentos con nuestra sociedad de consumo, y posiblemente sea éste el sentimiento que ha dado origen a sus respectivas reflexiones. Ahora bien, la insatisfacción la produce siempre la referencia a otro estilo de vida al que se aspira. De ahí que se observe en las obras de estos autores un doble propósito: por una parte, análisis de la sociedad de consumo, y por otra, presentación de algunos rasgos de ese estilo de vida deseado, si bien ambos aspectos guardan entre sí una mutua dependencia. En Eladio Chávarri, el título de su primer libro es explícito: *Perfiles de nueva humanidad*; en Adela Cortina, la referencia no es tan expresa, pero, por tratarse de una visión *ética*, parece implícito su propósito de señalar cómo “debe ser” moralmente ese nuevo estilo de vida.

Cabría distinguir tres niveles en los estilos de vida: el *fáctico* (es el estilo de vida tal como existe, con su respectivo núcleo valorativo); el *horizonte* (es el despliegue y desarrollo del estilo de vida fáctico, manteniendo su núcleo valorativo); el *dignificador* (es un estilo de vida con distinto núcleo valorativo del fáctico). Hay que señalar que no siempre el nivel dignificador es superior al fáctico o al horizonte, ya que puede tratarse de una simple sustitución de un núcleo valorativo restrictivo por otro núcleo valorativo igualmente restrictivo (el económico y biopsíquico, por el moral, por ejemplo). Chávarri señala algunos perfiles del que considera un estilo de vida dignificador: ha de desarrollar *toda* la envergadura vital del Homo; ha de cultivar *todos* los tipos de valores que la naturaleza y la cultura nos han legado a través del proceso de evolución; no ha de permitir que ningún tipo de valor ejerza una *modalización* tirana, alienadora o excluyente de los demás valores; en el estilo de vida dignificador, los valores han de darse *con más intensidad* que en el fáctico. De ello se sigue que el “*deber ser*” que genera el estilo de vida dignificador en el ser humano, tiene para Chávarri un alcance mucho mayor que el que habitualmente que se le viene dando, pues existe no sólo en los valores morales, sino

también en el resto de los valores y en las experiencias con ellos. Y así, por ejemplo, hay un *deber ser* que afecta a la forma de poner la mesa, a las teorías científicas y filosóficas, a las oraciones a los Dioses, a las organizaciones políticas, a las diversiones, a la ornamentación de nuestras casas, a la fabricación de cosméticos y a los productos de la tecnociencia. Eladio Chávarri tiene un atinado capítulo acerca de las sendas perdidas que pueden tomarse en el rechazo del estilo de vida consumista y en la búsqueda de otro más dignificador.

Adela Cortina parece proponer en su obra, sobre todo en las últimas páginas, un estilo de vida nuevo. Pero, según pienso, por lo que en realidad aboga esta autora es tan sólo por una nueva manera en el *acto* de consumir, con lo que el estilo de vida *horizonte* sigue siendo el consumista, en el que se introducen, eso sí, algunas *modalizaciones* morales. Cuando, por ejemplo, esta autora recomienda «generar buenos hábitos de consumo y transmitirlos a través de la educación» (p. 78), o cuando encarga misiones importantes a las asociaciones de consumidores (pp. 34, 83, 273), parece que en ninguno de los dos casos trata de promover un estilo de vida distinto al consumista, pues, si así fuera, los consumidores de productos no tendrían una misión especial ni un protagonismo mayor que los albañiles, médicas, dependientes, orientadoras, bailarines, analistas, sacerdotes o madres de familia en la construcción de todo un estilo de vida nuevo. Tampoco un estilo de vida –posiblemente el ser más complejo y comprehensivo de cuantos existen– se edifica con sólo buenos hábitos de consumo.

La *modalización* que Cortina señala como necesaria en el estilo de vida dignificador –el “deber ser”– es únicamente la *modalización moral*. Esta autora se lamenta, por ejemplo, de que hoy la filosofía primera sea la economía (p. 22), y de que «el poder económico de las grandes industrias biotecnológicas deja poco espacio real a consideraciones éticas, a pesar de todos los esfuerzos de la ‘Gen-Ética’». (pp. 26–27). Asimismo, considera preciosa en ética la distinción entre acciones valiosas por sí mismas y valiosas para otra cosa (p. 39), y critica que la actividad de consumir, que debe estar subordinada a otras acciones valiosas en sí mismas, se haya aupado en nuestro estilo de vida a la categoría de valiosa por sí misma. También nos desaconseja ir por la vía del consumo, que es muy costosa y que nunca satisface lo suficiente (p. 110), como si la adquisición de los demás valores fuera menos costosa y más satisfactoria. Al encomendar la dignificación casi únicamente a los valores morales, el estilo de vida que propone Cortina es tan restrictivo como el de la sociedad de consumo. Por eso, cuando se añora la vida sosegada y sencilla del *beatus ille* horaciano (últimas páginas de su libro), se está proponiendo, a mi modo de ver, un camino equivocado para sustituir el estilo de vida consumista por otro más dignificador.

En la misma línea reduccionista está el tratamiento que la autora hace de los deseos compulsivos. Dice Adela Cortina que buscar el máximo como horizonte es mala cosa, porque exige no contentarse con lo suficiente (p. 259).

Si se refiere a no perseguir metas inalcanzables, es un acertado consejo, dados los límites de la condición humana. Y eso ha de aplicarse del mismo modo a los valores morales, a los religiosos, a los epistémicos; a todos. Pero si la invitación a la cordura es sólo en lo referente a los valores del consumo por ser éstos especialmente desestabilizadores del bienestar psíquico, no se tiene en cuenta que la insaciable tendencia del Homo a nuevos estilos de vida horizontes afecta a todos los valores. Sería un empobrecimiento que la insaciabilidad fuera sólo en algún tipo de valores. Es cierto que la dedicación obsesiva por un valor impide en muchos casos el cultivo de otros valores; pero esto no es una característica privativa de los valores del consumo, sino de todos. El místico que vive en continuo arrobamiento, la investigadora que se encierra en su laboratorio día y noche, el joven que emplea su vida en juergas constantes, la empresaria que está ocupada día y noche en su negocio, etc., están perdiendo la oportunidad de dedicar tiempo a la familia y a los amigos, de explayarse en actividades de ocio o de otro tipo.

5. LA LIBERTAD

La libertad es una experiencia profunda y comprehensiva del ser humano. Eladio Chávarri relaciona la libertad con tres ámbitos: los valores/contravalores, la liberación y la evolución humana. En primer lugar, los contravalores –y en menor medida los valores de baja calidad o mediocres– producen constreñimiento, coacción, atadura, cárcel, confinamiento, esclavitud; en definitiva, falta de libertad. Esto es lo que siente quien padece enfermedad, insolidaridad, enemistad, avasallamiento, tiranía de los ídolos o de los dioses, fealdad, injusticia, infidelidad, pobreza, ignorancia o falsedad. Libertad y contravalores están, pues, en relación inversa. Por consiguiente, una persona es libre en tanto en cuanto elige y asimila valores, y éstos, de calidad. De ello se deriva, en segundo lugar, la necesidad de relacionar la libertad humana con la liberación, puesto que los contravalores, las inhumanidades, empapan todo nuestro espacio interior y todas nuestras relaciones con los seres. Sólo alcanzando cotas de liberación de contravalores se podrá ir dando pasos adelante en el disfrute de la libertad; ésta, a su vez, nos ayudará a conquistar nuevas liberaciones eligiendo valores de calidad. En la condición humana, por tanto, no son posibles las libertades que no sean engendradas por sus respectivas liberaciones. Finalmente, la experiencia de libertad es un horizonte que hay que conquistar en el proceso de evolución humana: ninguna cultura y ningún ser humano están totalmente liberados de contravalores, de inhumanidades.

De acuerdo con esos tres ámbitos seleccionados, ¿cómo ve Chávarri la libertad en nuestra sociedad de consumo? En primer lugar, hay que afirmar tajantemente que nadie como el hombre de la sociedad de consumo ha desarrollado tanto los valores biopsíquicos y económicos, por lo que en estos dominios ha logrado un gran incremento de la liberación y de la libertad. En segundo lugar, la *modalización* consumista que padecen todos los valores hace

que se reduzcan drásticamente los espacios de libertad y que estén apareciendo nuevas esclavitudes. La sociedad de consumo tiene cautiva a la libertad porque limita el ámbito de la elección a los valores biopsíquicos y económicos. De este modo priva al ser humano actual de poder explorar y escoger los caminos que conducen a la adquisición de valores estéticos, morales, sociopolíticos, religiosos y epistémicos. Las diferencias entre Norte y Sur son sangrantes expresiones de la sola *modalización* económica de la libertad. En tercer lugar, y por lo que se refiere a la evolución histórica de la libertad y de la liberación, el hombre de la sociedad de consumo es totalmente conservador: se aferra a su propio estilo de vida como a un clavo ardiendo y no permite que nuestra identidad se forje a base de otros valores, de otras *modalizaciones* que no sean las biopsíquicas y económicas. Por eso el estilo de vida horizonte que persigue es el mismo que ahora tenemos. Nada extraño que algunos autores, entusiasmados por este tipo de estilo de vida, hayan proclamado solemnemente el fin de la Historia. Pero, el cierre a ulteriores estilos de vida distintos –y también a la metahistoria– reduce el máximo desarrollo posible de la libertad a la libertad consumista. La conclusión que se puede sacar del pensamiento de Chávarri es drástica: no es posible una libertad humana de calidad si permanece el estilo de vida consumista. Sólo un cultivo de todas las clases de valores y una *modalización* mutua, sin tiranías de unos y exclusión de otros, es un camino acertado para ir hacia una libertad más evolucionada. La tarea de cambiar es titánica, por lo que no resulta raro que en la conquista de la nueva libertad pidamos ayuda a destinos, hados, astros, dioses o Dioses. Este autor propone que todos –no unos grupos determinados– aportemos nuestra fuerza siendo agentes de liberación y de libertad como analistas, profetas, terapeutas u orientadores.

Adela Cortina presenta en su libro un enfoque bien distinto de la libertad. En primer lugar, como ya quedó señalado, considera la libertad como la *esencia* humana. Hay que decir, sin embargo, que el *ser* del Homo queda muy menguado cuando se lo reduce a una sola experiencia, por muy profunda y comprensiva que sea ésta. La libertad es ciertamente necesaria, pero no suficiente para representar ella sola todo el *ser* del hombre. En segundo lugar, pienso que Cortina entiende la libertad como una pura “forma”, algo intemporal y vacío de contenido. Aunque en su obra la relacione en ocasiones con la justicia, y señale que el que carece de dinero tiene una libertad muy restringida (p. 125), no es el “contenido”, es decir, lo que se elige –valores o contra-valores, valores de calidad o mediocres, unos valores y no otros–, sino el *acto de decidir* lo que determina la entidad y calidad de la libertad. Pero el nazismo construyó una identidad moral conscientemente elegida, y no es precisamente ningún paradigma de libertad. En tercer lugar, hay en Cortina un rechazo a la influencia externa y una invitación constante a la ‘autonomía’ en la elección del consumo (pp. 75, 159, 191, 225, 226, 232, 234 sobre todo, 268, 281, 303, 321), a «tomar las riendas de su consumo» (pp. 239, 280), idea que está en la línea de la libertad negativa del liberalismo clásico, que defendía el derecho a estar protegido contra la intervención de los diferentes poderes.

Ciertamente hay influencias externas que son contrarias a la libertad, pero otras son la condición necesaria para que ésta se produzca y evolucione, es decir, para ir siendo autónomo. Lo criticable de la propaganda actual no es su intención persuasiva, sino su exclusividad al servicio de *modalizaciones* bio-psíquicas y económicas de los seres. Una publicidad que tuviera como objetivo únicamente *modalizaciones* morales o religiosas, por ejemplo, también sería fraudulenta y cercenaría igualmente la libertad. En cuarto lugar, me da la impresión de que su concepción de la libertad peca de individualista, aunque la autora proponga el ideal del "liberal solidarista" (p. 228). Se trata, en definitiva, de repartir los bienes de consumo con el fin de que todo el mundo tenga los "suyos". Y, en el ámbito de la *modalización* económica de la libertad, puede ser válido el tópico de que "mi libertad termina donde empieza la del otro", por ser los económicos unos bienes escasos y sobre todo excluyentes. Pero en otros tipos de *modalizaciones* no es posible la existencia ni la evolución de la libertad propia sin la existencia y el crecimiento de la libertad de los demás. La razón es que los valores y la liberación de los contravalores sólo se consiguen en comunidades solidarias; por lo que la libertad de cada uno comienza donde empieza la libertad de los demás, y se desarrolla en la medida en que crece la de los otros.

6. UN CONSUMO FELICITANTE

Para Eladio Chávarri, el *saboreo de la vida* lo proporcionan los valores y los contravalores que cada uno cultive; de ahí que este autor utilice la expresión "sabiduría axiológica" para denominarlo, entendiendo "sabiduría" en su sentido etimológico (*sapientia, sapere, saborear*). Así pues, al sabor de la vida humana contribuyen el aire sano, las sabrosas comidas y bebidas, una casa agradable, la fiesta, el silencio ante el misterio, la aventura de la investigación, la oración, el placer estético, la salud, las buenas compañías, la democracia, las relaciones justas, las experiencias sexuales, etc., es decir, todas las categorías de valores. Los contravalores son los que dan a la vida un sabor amargo, agrio, triste, doloroso, trágico, cruel, etc. El *saboreo de la vida* admite muchos grados en extensión y en intensidad. Tradicionalmente, se ha reservado el término "felicidad" para designar el *saboreo pleno de la vida*; evidentemente, no se puede ser feliz con cualquier cosa.

¿Cómo disfruta de la vida el hombre de la sociedad de consumo? Para Chávarri, la *sabiduría de la sociedad de consumo* es extensa y profunda en lo que se refiere a valores biopsíquicos y económicos, pero en general es muy restringida, pues queda drásticamente disminuido el *saboreo de las categorías de valores epistémicos, estéticos, morales, religiosos y sociopolíticos*. Por otra parte, nuestro *saboreo de la vida* depende del dinero, que se puede robar, ganar o perder en un momento; no parece que la ciencia, la generosidad, la justicia, la democracia y tantos otros valores puedan alcanzarse con tanta rapidez. Además, la sociedad de consumo requiere, para funcionar, un continuo cambio de todo; las motivaciones para actuar han de ser todas pre-

sentés, momentáneas, fugaces y provisionales, nunca ligadas a compromisos fijos y estables; las fidelidades para toda la vida han desaparecido de nuestro estilo de vida. Quizás lo más grave del consumismo es que deja a muchas personas sin poder disfrutar de la "sabiduría" que este estilo de vida ha elaborado, pues, según he reiterado, los valores económicos –y en menor medida los biopsíquicos– son escasos y excluyentes.

Chávarri describe algunos trazos de cómo *debe ser* el saboreo de la vida en un estilo de vida *dignificador*. En primer lugar, la aparición y construcción del nuevo saboreo de la vida no se deberá sólo a la fortuna y al azar (*daimon*), sino que dependerá en no pequeña medida de nuestro compromiso. En segundo lugar, en la nueva sabiduría han de estar presentes como ingredientes todas las *modalizaciones valorativas*, sin exclusión ni sometimiento. La sabiduría dignificadora no repudia el disfrute de los valores biopsíquicos y económicos, pero ¿por qué ha de restringirse sólo a ellos?; ¿por qué prescindir del placer que nos brindan los entes desde otras perspectivas o *modalizaciones*? En tercer lugar, la nueva sabiduría no debe añorar el saboreo de la vida que tenía nuestra especie en el pasado, por considerar como idílica la sencilla relación con la naturaleza; ciertamente, tampoco debe olvidar el pasado, pues en él hubo culturas y seres humanos de excepción que cultivaron con intensidad algún tipo de valores. En cuarto lugar, la nueva sabiduría no excluye el dolor y la limitación, pues el saboreo de la vida siempre será agri dulce. El ser humano no podrá eliminar completamente la ignorancia y su tremendo impacto en el goce de la vida; los entes mutilados por la fealdad y la vulgaridad nos seguirán rodeando por todas partes; la malicia y la maldad de la gente en todas sus formas continuarán enturbiando o corrompiendo la convivencia moral; la tiranía de crueles dioses envilecerá muchas veces a los hombres; soledad, leyes impuestas por fuerzas brutas, democracias puramente formales, actitudes insolidarias, riñas y guerras, rupturas familiares y enemistades corroerán las relaciones sociopolíticas. ¿Por qué ese iluso afán de concebir estilos de vida "felicés", totalmente liberados del penar y sufrir? Finalmente, la nueva sabiduría admite las más variadas formas de configuración; todos los miembros de esta aldea global que es la Tierra estamos convergiendo cada vez más en un pensamiento único, en un saboreo único de la vida: el del consumismo. ¿No puede haber otros muchos?

Adela Cortina propone como un nuevo estilo de vida aquél en el que el consumo sea "felicitante" (*passim*, pero sobre todo 255–261). Es éste un *leitmotiv* que la autora repite a lo largo de su obra. El contenido que ella da a "felicidad" está en la línea de la tradición europea desde los griegos: es un contenido fundamentalmente de orden epistémico, y si acaso también moral. (p. 30), con lo que vuelve a estar presente en esta cuestión el "reduccionismo valorativo". No le agrada que el magnífico contenido griego de "felicidad" haya sido sustituido en nuestra sociedad por el de "bienestar o calidad de vida" (p. 255). Y la razón de su rechazo no es que el contenido de "bienestar" sea reducido –ya que igualmente reducido es el de "felicidad" tal como se ha entendido habitualmente–, sino porque en el fondo esta autora –igual que la

tradicón que sigue— no considera a lo biopsíquico y económico como valores tan dignificadores, excelentes y necesarios como los demás para edificar una vida “felicitante”. Las “excelencias” de las que hablan los clásicos como dadoras de felicidad hay que buscarlas en otros valores (p. 256). No se entiende por qué Cortina se sirve, si no, de la distinción que hacen algunos psicólogos entre “*bienser*” y “*bienestar*”, para atribuir al consumo la función de bienestar pero no la de bienser (pp. 142, 168, 169, 170 sobre todo, 195, 197, 198, 202). O por qué se acusa al bienestar el haber desencadenado en el ser humano una sed de deseos no básicos y limitados, sino infinitos y caprichosos (p. 171). O por qué se presenta como una alternativa exclusiva optar entre la *calidad* de vida y *cantidad* de consumo, y se cifra la primera no en el consumo indefinido, sino en el disfrute sereno de las relaciones humanas, el ejercicio físico, los bienes culturales, como la lectura, escuchar música, participar en actos intelectuales, el deporte, el contacto con la naturaleza, el trabajo gratificante (p. 260–61). Sin embargo, hay que afirmar que el consumo contribuye igual que las demás acciones —ya sean morales, religiosas, sociales, estéticas o epistémicas— al bien *ser* del Homo. Que hoy el bienestar se limite al disfrute de valores biopsíquicos y económicos (p. 170–71), se debe al tipo de núcleo valorativo que, como he repetido, *modaliza* extensa y profundamente nuestra vida. Si fuera otro el núcleo valorativo, el bienestar consistiría en otra cosa (el bienestar del alma en mística unión con Dios, por ejemplo). La solución no está en negarles a los valores económicos y biopsíquicos su gran función en el desarrollo del *ser* del Homo, sino en censurarles la exclusión o la tiranía que ejercen sobre los otros valores, a los que no les dejan ser ellos mismos.

7. UN CONSUMO JUSTO

De entre la densa y gigantesca red o maraña de relaciones que el ser humano puede establecer con sus semejantes, Eladio Chávarri se fija en cuatro tipos, a los que denomina respectivamente relaciones de poder, reguladas (regladas), de justicia y de gratuidad. Él ha escogido estos cuatro porque, debido en parte a su casi omnipresencia en las demás, tienen la ventaja de mostrar con nitidez el grado de humanidad/inhumanidad que hay en las relaciones humanas. Entre estos cuatro tipos de relaciones, este autor establece un escalonamiento evolutivo y humanizador: las últimas en aparecer y las más humanizadoras son las relaciones de gratuidad.

Se dice que hay relaciones “ajustadas” (de justicia) cuando el fundamento de la relación son las pertenencias debidas al otro (sus derechos). Lo debido, los derechos de la persona, son siempre *valores*, tales como vida, integridad física, alimentos, vestido, habitáculo, familia, educación elemental, matrimonio, fama, religión, trabajo, salario, diversión, respeto a su conciencia moral, etc. Nunca uno tiene derecho a contravalores. La identidad como sujeto de derechos es más o menos rica y extensa según sea el número y la calidad de lo reclamado por la persona como derechos.

En la sociedad de consumo, las pertenencias debidas (los derechos) que se tienen en cuenta se reducen a valores biopsíquicos y económicos. Es ésta una identidad paupérrima, al no prestar atención a otros tipos de valores que también son debidos a las personas. ¿Quién reclama hoy como “suyos” la higiene ambiental, la corrección del lenguaje, los Dioses, la autenticidad en las relaciones humanas, etc.? Sabemos, además, que las diferencias económicas se vuelven con facilidad insolidarias, pues los bienes económicos son escasos y excluyentes. Por eso, la *modalización* consumista hace que la única justicia que cabe en nuestro estilo de vida es la justicia “reivindicativa”.

Chávarri aboga, como fundamento de una auténtica justicia, por una globalidad entitativa, es decir, por que la completa envergadura vital y todas las siete clases de valores que la desarrollan sean las que determinen cuáles son las pertenencias debidas. Evidentemente, esto requiere un estilo de vida diferente al nuestro, ya que en la sociedad de consumo, con el núcleo valorativo que tiene, sólo cabe una justicia muy reducida.

Adela Cortina funda su visión de la justicia sobre teorías psicológicas y sociológicas que hablan de necesidades, de necesidades básicas, de necesidades socialmente interpretadas, de capacidades y de igualdad de capacidades. Pues bien, solucionar las necesidades básicas, que bien podrían ser éstas las fisiológicas (p. 174 y ss.), con los bienes de consumo no arregla mucho las cosas, aunque esto sea lo más urgente en muchos casos. Parece más conveniente que después, o al mismo tiempo, sea el desarrollo de las capacidades el objetivo que hay que perseguir. ¿Hasta qué grado? Hasta que todo el mundo tenga *igualdad de capacidades*, y sobre todo, igualdad de capacidades de decidir sobre cuestiones relativas al consumo (p. 229). De este modo se llega a ejercer la libertad, verdadera esencia del Homo, y a «orientar la propia vida por leyes valiosas por sí mismas y en relación con proyectos de vida feliz» (p. 226). Veo un gran parecido de estas teorías sobre las capacidades con las que aparecieron en Occidente acerca de cómo debería ser la ayuda al desarrollo del Tercer Mundo. En un primer momento se consideró que lo idóneo era que los países ricos aportaran bienes de consumo. En 1960, la ONU vio que “darles el pez” no arreglaba nada; que había que “enseñarles a pescar”, a desarrollar sus capacidades para resolver sus problemas. Pero tampoco esto solucionaba su situación, sino que la empeoraba. Era necesario –se decía– un nuevo orden económico internacional. Tal cambio nunca se llevó a cabo.

Pienso que Adela Cortina no encara el problema de la *modalización* consumista de la justicia. Hay que afirmar con rotundidad que el reparto equitativo es un sinsentido para un estilo de vida en el que la estima y la identidad de sus miembros se asientan sobre valores escasos y excluyentes, como son los económicos. Aquí no cabe más justicia que la reivindicativa, como dice Chávarri. Mientras se mantenga el mismo núcleo valorativo en la forma de humanizarnos, la justicia seguirá teñida de consumismo, en su práctica y en su articulación conceptual, y las únicas pertenencias debidas (derechos) se

centrarán y limitarán al campo de los valores económicos y biopsíquicos. Así pues, el objetivo de quien no esté a gusto con este estilo de vida no debe ser cómo hacer justo el consumismo, sino proponer y trabajar por un estilo de vida nuevo en el que quepa una justicia más extensa. Si se utiliza la *globalidad* como categoría ética (pp. 147, 222, 275), ésta no debe referirse sólo a la globalidad geográfica (todos los seres humanos del planeta), sino también –y sobre todo– a la globalidad entitativa (desarrollo armónico de toda la envergadura vital del Homo). Y el estilo de vida consumista no es idóneo para cultivar la globalidad entitativa.

8. RAZÓN SOBERANA VERSUS RAZÓN ÉTICA DEL CONSUMO

Eladio Chávarri analiza nuestra sociedad de consumo desde el par *humano / inhumano*, es decir, estudia cómo se está haciendo hombre el Homo actual. Posiblemente ésta sea la perspectiva más comprehensiva, más global de todas, puesto que incluye a la vez, y en mutua interacción, toda la envergadura vital, todos los valores y todas las acciones pertinentes para apropiarse de ellos. Tal entramado entitativo son los *estilos de vida*, como ya se dijo en el apartado 3. Así pues, para este autor, lo *humano / inhumano* no lo constituye ninguna de las grandes líneas entitativas transversales (economía, moral, religión, política), pues todas son partes o aspectos del proceso global de hacerse hombre.

¿Quién dirige todo este complejísimo proceso de ir haciéndose hombre a través del tiempo, es decir, los estilos de vida? Frecuentemente los pensadores han recurrido a un *logos* general (a un factor "g", según algunos psicólogos), al que han atribuido la función de ir coordinando y armonizando la multitud de razones particulares y de sectores vitales que configuran la vida del Homo. Chávarri irrumpe con un concepto nuevo, el de "*razón soberana*", a la que asigna la misión de gestionar todo ese complejo entramado que son los estilos de vida. La razón soberana que dirige el modo de hacernos hombres en la sociedad de consumo ha sido analizada por el autor en un denso libro: *Nuestro arquetipo humano. Trazos de su razón soberana*. Dicha obra ofrece perspectivas inéditas y aportaciones muy clarificadoras sobre la razón en general y sobre las racionalidades e irracionalidades que genera el consumismo. Hago referencia tan sólo a dos de esas aportaciones. Una de ellas es la distinción entre racionalidad/irracionalidad soberana *interna* y racionalidad/irracionalidad soberana *externa*. Veamos. Lo más habitual, tanto entre pensadores como entre la gente de la calle, es juzgar un estilo de vida tomando como referencia otro u otros estilos de vida. Cuando ello sucede, las irracionalidades soberanas que detectamos son *externas* al estilo de vida juzgado. Si, por el contrario, nos centramos en el propio estilo de vida y observamos que quebranta su propia estructura y los principios que lo sustentan, entonces la irracionalidad que descubrimos es *interna* al propio estilo de vida. Eladio Chávarri encuentra graves irracionalidades soberanas *internas* en el modo de hacerse hombre en la sociedad de consumo: el estilo de vida consumista lleva

en sus mismas entrañas el principio de autodestrucción, de aniquilación de la vida misma del hombre sobre la Tierra; no respeta toda la envergadura vital del Homo conseguida en la evolución; mucha gente carece de los más elementales valores económicos y biopsíquicos, que son precisamente el núcleo valorativo de nuestro estilo de vida; deja en el olvido valores que ya había conseguido la especie humana en el pasado. Otra aportación de Chavarrí sobre esta cuestión es la relación que ha de establecerse entre la razón soberana y las razones particulares: éstas siempre están modalizadas, influidas y empapadas por la primera, por lo que habrá de tenerse en cuenta esto cuando se las analice o se las juzgue. Señalaré, finalmente, que la obra de este autor sobre la sociedad de consumo es un ejercicio de razón soberana temática o reflexiva. Por eso no se ciñe a ninguna de las disciplinas filosóficas tradicionales, tal como apunté al principio.

Adela Cortina estudia el consumo desde otra perspectiva: la ética. En varios lugares nos ofrece los hitos sobre los que asienta su análisis ético: igual dignidad, justicia, felicidad, libertad como autonomía (p. 240). Pienso que Cortina asigna a la razón ética esa función "soberana" de coordinar como última instancia comprehensiva todo el ser y el obrar humanos. ¿Qué quiere expresar con la preposición "por" que aparece en el título de libro, si no es la convicción de que la última palabra sobre el consumo ha de tenerla la razón ética? ¿Qué alcance tiene la afirmación de que el consumo es "una cuestión radicalmente ética" (p. 179)? Sería una obviedad si sólo se quisiera decir que el consumo también admite el análisis del saber ético. ¿Por qué Adela Cortina hace referencia constante a la 'identidad moral' (pp. 44, 45, 51, 83, 91, 105, 138, 162, 235, 278, 297) y a la 'comunidad moral' (p. 147), y no le basta con 'la identidad' y 'la comunidad' humanas? Ciertamente la identidad y la comunidad humanas pueden –y deben– ser *modalizadas* por los valores morales, pero no sólo por ellos, pues sería poco *humana* una comunidad de personas muy justas, pero ignorantes, enfermas, aburridas, con ningún gusto culinario, adoradoras de ídolos, rodeadas de fealdad e incapaces de encajar la muerte. En resumen: hay en Cortina una convicción firme de que los morales son los valores «que deben orientar el quehacer de la humanidad en este tercer milenio» (p. 40). Para la globalización, esta autora propone un "rostro humano" (p. 322), e indica los caminos para no incurrir en *inhumanidad* (p. 217). Pero cuando se indaga en qué consiste para Cortina lo *humano*, nos encontramos con que sigue siendo de naturaleza únicamente moral: "una identidad moral conscientemente querida" (p. 162). Al no disponer de una teoría como la de Chavarrí sobre la razón soberana, Cortina asume además muchas explicaciones tópicas que resultan poco satisfactorias. Por ejemplo, la de seguir atribuyendo a la *razón instrumental* y a la *tecnociencia* la causalidad de muchos de los desaguisados de nuestro estilo de vida (pp. 148, 151, 159, 191, 238), tal como lo hacen los filósofos de la escuela de Frankfurt. Y ciertamente la técnica desempeña un papel de mediación necesaria en el proceso de ir haciéndose hombre, por lo que su función entitativa es de primera importancia, pero, como todas las razones "subordinadas", es ambigua: puede ser utilizada

tanto para deshumanizar como para llegar a muy altos grados de humanización; todo dependerá del estilo de vida en que esté integrada y de la razón soberana que la dirija⁷.

CONCLUSIÓN

Es encomiable la gran dosis de audacia que han tenido Eladio Chávarri y Adela Cortina para meterse con un tema tan complejo como es la sociedad de consumo. Su labor es digna de agradecimiento, pues padres, educadores, profesores, sacerdotes, políticos, médicos y ciudadanos en general estamos necesitados de que alguien nos vaya descubriendo las entretelas del estilo de vida en el que se desenvuelve nuestra biografía, con el fin de que la ignorancia no produzca en nosotros una alabanza incondicional, un rechazo radical, una resignada aceptación de dicho estilo de vida, o nos lleve a tomar caminos equivocados en la construcción de otro más dignificador.

⁷ CHÁVARRI, Eladio, *Para una reflexión teológica sobre la técnica*, <http://www.dominicos.org>. 2002. CHÁVARRI, Eladio, "Más luz sobre la realidad técnica", en *Realidad y conocimiento*, homenaje al profesor Jorge Riezu, Universidad de Granada, 2003.