

**Una reflexión ética desde el cuidado de sí sobre el consumismo**

**Trabajo de grado para optar por el título de Licenciado en Educación Básica con  
Énfasis en Ética, Valores Humanos y Educación Religiosa**

**Carlos Andrés Caicedo Caicedo**

**Asesora**

**Mónica maría Jiménez Suarez**

**Magister en filosofía**

**Corporación Universitaria Lasallista**

**Facultad de Ciencias Sociales y Educación**

**Licenciatura en Educación Básica con Énfasis en Ética Valores Humanos y  
Educación Religiosa**

**Caldas – Antioquia**

**2016**

## TABLA DE CONTENIDO

<b>RESUMEN .....</b>	<b>3</b>
<b>GENERALIDADES .....</b>	<b>5</b>
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
TEMA .....	7
PROBLEMA .....	7
FORMULACIÓN.....	7
<i>Pregunta auxiliar</i> .....	8
OBJETIVOS .....	8
<i>General</i> .....	8
<i>Específicos</i> .....	8
JUSTIFICACIÓN .....	9
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>12</b>
APROXIMACIÓN TEÓRICA.....	12
<b>DISEÑO METODOLÓGICO .....</b>	<b>17</b>
TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	17
TIPO DE ESTUDIO DE LA INVESTIGACIÓN .....	17
UNIDAD DE ESTUDIO .....	18
CATEGORÍAS DE ANÁLISIS.....	18
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>19</b>
<b>APÉNDICE.....</b>	<b>21</b>
APENDICE A: MONOGRAFÍA.....	21

## Resumen

El paradigma de la contemporaneidad se caracteriza por estar dentro de una época en la que muchos de los conceptos que le daban estabilidad al hombre han ido desapareciendo de manera sutil y casi inconsciente; uno de estos conceptos es el del cuidado de sí, entendido como amor propio o cultivo del ser.

Partiendo entonces de la idea de un paradigma (Kuhn, Thomas S, 1962) cargado de confusión, desorientación y desconciertos y desde este plano comprendiendo el porqué de la búsqueda de elementos que causen satisfacción en las personas; autores como Foucault, Gonzalo Soto, Zigmunt Bauman y Fernando Savater pretenden realizar un acercamiento a la pregunta por la importancia del cuidado de sí en las sociedades contemporáneas, a su posibilidad de ser en medio de un mundo saturado por objetos que creemos nos hacen felices, a los límites con los que se enfrenta el sujeto de hoy que quiere ocuparse del cuidado de sí para servirse en tanto que le sirve al otro, a lo otro y al medio ambiente; y así observar de manera apremiante al reconocimiento de los valores, situaciones y experiencias a las que debe dar prevalencia a nuestra vida.

Se encontrarán en el desarrollo de este trabajo conceptos como *alimonium* (cuidado de los alimentos); ética, moral, publicidad, *aphrodisia* (pasiones, placeres), contemporaneidad, cuidado, cultura, estética, felicidad-infelicidad, imaginario colectivo,

política, publicidad, sexo, vida-muerte, sexualidad, consumismo, dietética y estética; todos estos con la finalidad de poder ampliar el margen de afectación e incidencia que conlleva por sí mismo el cuidado de sí.

**Palabras claves: Cuidado, Publicidad, Consumismo, Contemporaneidad, Ética**

## Generalidades

### Planteamiento Del Problema

En el devenir histórico de la sociedad el hombre se ha dado a la tarea de responder a los desafíos que la misma le ha puesto, en gran medida estos desafíos asumidos por el hombre es lo que ha permitido que la misma sociedad avance y se instaure un nuevo paradigma que da cuenta de la ideología dominante su época, es así como el paradigma en el que se detendrá nuestra mirada es el de la contemporaneidad, período aún en construcción, lo cual dificulta su análisis.

La contemporaneidad desde la metáfora de lo líquido sin forma fija o incapaz de generar una captación bajo la dinámica de estructuras en la vida del hombre según Bauman; genera un descuido en los parámetros sobre cómo se lleva la vida lo y un adormecimiento que provoca en la conciencia de la persona un no reconocimiento de su cuidado y bienestar, en palabras de Foucault es precisamente eso “un reconocimiento del ser en sí como proceso de avance” (Foucault, 1996)

Dar prevalencia al estilo de pensamiento brindado por Foucault, permite establecer bases claras y útiles sobre algunos conceptos a desarrollar, en este caso específico sobre el concepto del cuidado de sí a la luz del paradigma de la contemporaneidad, al menos desde una de sus grandes características: el consumismo como búsqueda y posible obtención de la felicidad.

Para ello, hay que partir de la misma concepción de sujeto que este nos brinda, la construcción del significado de sujeto para Foucault implicó un trabajo arduo que se

derivó de apreciaciones del pensamiento de Nietzsche alejado del ámbito moral y apuntando siempre a la construcción de la libertad en el hombre.

Es el problema de la libertad el que en realidad atraviesa a las grandes preocupaciones del hombre, en su sentido más profundo de humanidad y así mismo Foucault, en sus primeros trabajos, destina todos sus esfuerzos a presentar la estructura de las relaciones del hombre no solo desde la exterioridad sino también en la interioridad expresiones que como lo enuncia Gonzalo Soto se dan en la estética, la *aphrodisia*, la dietética, el *pólemos* (la política) por medio del deporte y la sexualidad.

Para esto es necesario romper con las propuestas de nuestras sociedades que nos invitan a ser felices desde prácticas y realidades que pueden causar mucho daño, si no tienen una intervención atenta que apunte al uso adecuado del sentido y protección de la integralidad del ser; esto es sin lugar a dudas una situación compleja dado a que el medio por el cual se ofrecen los ideales de buen vivir son orientados por los medios de comunicación quienes a través de imágenes que son en la mayoría de casos engañosas, crean en la persona una mentalidad del uso y consumo

Este consumo no prescinde únicamente de bienes reales como autos, productos del hogar, alimentos, bebidas o cualquier otro obtenido desde la dinámica de la compra y la venta por intercambio de dinero sino también de bienes virtuales, intangibles y de servicios con los que se altera la realidad tal cual como la conocemos, sobrevalorando más las cosas que destruyen la vida ante las que la enriquecen.

Gonzalo Soto desarrolla la idea de que el cuidado de sí puede llegar a convertirse en una clara oportunidad de reconstruir el concepto mismo de persona en

la medida en que cada uno se hace responsable por la labranza y enriquecimiento de todo su ser, no de manera fragmentada sino de una manera integradora entre el sí, el otro, lo otro, lo sagrado y el medio ambiente.

Llegando entonces a despertar en cada persona una valoración mucho más profunda de su -ser siendo-, dado a que somos *facendum*, somos seres buscando ser una obra de arte, entendiéndonos como inacabados con posibilidad de crecer desde todas las dimensiones posibles.

### **Tema**

Perspectiva ética del cuidado de sí sobre el consumismo en la sociedad contemporánea.

### **Problema**

El cuidado de sí y la promesa de felicidad del consumismo en la sociedad contemporánea.

### **Formulación**

¿Cómo puede asumir el sujeto contemporáneo un proyecto de vida ético que esté orientado al cuidado de sí sin creer en la promesa de felicidad que le ofrece el consumismo?

### **Pregunta auxiliar**

¿Cuál ha sido la responsabilidad que ha asumido la publicidad frente a la posible formación de consumidores que persiguen el ideal de una vida aspiracional como búsqueda de la felicidad?

### **Objetivos**

#### **General**

Reflexionar sobre algunas de las incidencias que el consumismo contemporáneo ha tenido en la propuesta ética del cuidado de sí.

#### **Específicos**

Observar la relación entre consumismo, idea de felicidad y cuidado de sí.

Deducir algunas de las consecuencias que tiene para el sujeto contemporáneo erigir su proyecto de vida a la luz de una búsqueda aspiracional de la felicidad.



## Justificación

“Hoy no nos enfrentamos ya, como en los tiempos de Freud, con una frustración sexual, sino con una frustración existencial. El paciente típico de nuestros días no sufre tanto, como en los tiempos de Adler, bajo un complejo de inferioridad, sino bajo un abismal complejo de falta de sentido”.

Son ilustradoras las anteriores palabras al presentarnos una radiografía de la transición que ha sufrido nuestra sociedad, de lo sólido a lo líquido, como lo plantea Bauman (2009, p.11); proceso que no fue preparado y que al momento de llegar ha impactado con mucha fuerza, desestabilizando en esta medida nuestra sociedad; este proceso no ha sido causado por un gobierno dictatorial o por un proceso de colonización, antes por el contrario “la situación actual emergió de la disolución radical de aquellas amarras acusadas- justa o injustamente- de limitar la libertad individual de elegir o de actuar”.

Para analizar este evento, al respecto nos ilustra Bauman (Bauman, 2009. 40), debemos enfocar nuestra atención en eso que “queremos”, “deseamos” y “anhelamos”, ya que el anhelar hoy de los consumidores es “la apropiación, posesión y acumulación de objetos cuyo valor radica en el confort o la estima, que según se espera proporcione a sus dueños”.

De ahí que ingresar en una especie de mentalidad del cuidado de sí no es que sea tarea fácil ya que para poder ingresar en ella, lo plantea Bauman (Bauman, 2007,48), el hombre de hoy debe convertirse en objeto de su compromiso personal, y

se convierte en objeto de este compromiso en la medida que es referente para los demás.

Frente a todo esto es importante desde la ética cuestionarse sobre la crisis que enfrenta la sociedad hoy para asumir esa tarea del cuidado de sí y lo es porque precisamente las condiciones son adversas; se hace interesante y muy necesario descubrir que herramientas se nos muestran para la defensa del cuidado de sí en nuestra contemporaneidad.

Pues la propuesta del consumismo pareciese que fuera mucho más aventajada en no permitir propiamente ese cuidado de sí; percibido de manera muy patente en la publicidad engañosa que como acto desleal afecta los intereses de los consumidores buscando la forma en que este tenga que jugar un rol protagónico y determinante, no ser, simplemente, un objeto.

Si bien es cierto que este acto puede causar un perjuicio económico para los empresarios que compiten, también afecta a través de lo que le termina llegando como producto al consumidor, y como dentro de los sistemas económicos que manejamos lo importante es hacer mayor cantidad de dinero con menor cantidad de inversión es cuando se comienzan a ver maniobras engañosas que provocan que el consumidor haga su elección de forma equivocada.

Y cuán difícil es apreciar, captar o percibir si una publicidad tiene una base ética o si por el contrario es nociva, hay que recordar entonces que para catalogar de engañosa la publicidad, es necesario tomar en cuenta la información que se transmite y la que se omite, de tal manera que en la engañosa se puede difundir publicidad con

omisiones en las que se ocultan datos fundamentales necesarios para que el destinatario tome una decisión correcta desnaturalizando las condiciones en que se realiza la oferta de un anuncio.

## **Marco Teórico**

### **Aproximación Teórica**

*Una reflexión sobre la relación consumismo-cuidado de sí en la sociedad contemporánea*

La humanidad aguarda un sinnúmero de sorpresas las cuales manifiestan la multidiversidad del pensamiento en el hombre, todas estas, vistas como herramientas útiles para el sostenimiento de la vida aunque también hay problemas que abordan al sujeto desde una concepción negativa consideradas como tal como problemáticas.

Así pues dentro del estudio sistemático y riguroso, las ciencias humanas se muestran como la alternativa más cercana para permitir el alcance del estudio del hombre (Foucault 1968). Las formas de conocimiento que responden desde esta ciencia particular se ajustan a la exigencia de la legitimidad que representa todo el contexto particular universal colocando como centro de su interés el tema propio de los sujetos, convirtiéndose en el fundamento y finalidad propiamente que hace parte de lo que es la ciencia y el saber. Con eso también se dice que la historia del hombre es un constante construir dentro de diversos espacios llenos de conocimiento en general.

Dicho de otra manera y en palabras de Foucault “no cabe divagar sobre la naturaleza esencial del hombre su función constituye y fundamenta todo lo que de él debemos saber. Cabe reconocer entonces que el hombre es un dibujo de nuestra configuración universal que representa determinados momentos históricos del pensar donde se anudan sujeto y objeto del saber una misma figura” (Foucault. 2002). A partir de ese hecho se van articulando una serie de reflexiones con unas tensiones y

distensiones; vale decir que “es necesario comprender al hombre como una forma de pensar problemática y plagada de complicaciones que responden a los supuestos que él encarna para el saber moderno” (Bauman 2006. p 34).

Zygmunt Bauman se sirve de la metáfora del «líquido» para tratar de plasmar los cambios sociales y políticos que tienen lugar a partir de la segunda mitad del pasado siglo y que parecen estar cada vez más de actualidad. De una manera visual, lleva a cabo una brillante lectura de los fenómenos que caracterizan nuestras vidas. Se trata de plasmar la superación de las instituciones sólidas características de la primera modernidad.

Surge entonces la necesidad de reflexionar cómo nuestra sociedad, está brindando modelos que avocados por una realidad fuerte de consumo no permiten el enriquecimiento en la cultura, el pensamiento y el cuidado de sí sino que por el contrario estimulan la destrucción del cuerpo y los malos hábitos de la personas a partir de la aceptación de lo que se denomina *fitness*, *light* o superficial; todos estos, principios dados por nuestra contemporaneidad que muy al ejemplo de lo que propone Bauman no deja grandes orientaciones al hombre disolviéndolo en lo líquido.

La modernidad líquida significa el final del modelo de industria representado por la «fábrica fordista», el fin de las utopías, el del modelo de control de tipo 'panóptico' y la superación del modelo de Estado-nación, todos ellos elementos característicos de la primera modernidad. (Castro Orellana, 2008).

Esta es por ende otra prueba que guarda relación con el escenario dibujado por la irrupción de las ciencias humanas en el siglo XIX dentro del cual van a hacer acto de presencia una serie de disciplinas que se caracterizan por pensar aquellas cosas del hombre desde aquello que disuelve el sujeto; siendo algunas de estas disciplinas: el psicoanálisis, la etnología y la lingüística y a pesar de que no será desde la configuración de estas disciplina ante las cuales se ha de centrar el estudio del cuidado de sí del sujeto, si es importante tenerlas en cuenta ya que pueden llegar a servir para validar la tesis de que, nos aproximamos al ser sólo desde la interdisciplinariedad del conocimiento.

El cuidado de sí será entonces el concepto transversal en el desarrollo de este trabajo por ello es importante precisarlo.

“Respecto a la categoría cuidado de si, la hemos tomado del griego *epimeleia heatou* que los latinos traducen por *cura sui*, y de allí nuestra traducción cuidado de sí. La *epimeleia* y su verbo *epimelesthai* significa: *cuidado, solicitud, dedicación, atención, diligencia, dirección, gobierno*; sustantivos que conjugan su respectivo verbo y dan como resultado: *cuidar, preocuparse, está encargado de, estar al frente de, tener a su cargo, cultivar, aplicarse, dedicarse, cuidar con todo cuidado, es decir servir.*

De este modo uniendo ética, cultura y cuidado de sí, la ética es la cultura como el cuidado de sí en sus múltiples posibilidades y viabilidades conjugando el verbo servir: servirse a sí mismo en los otros y en las cosas y los dioses” (Soto, 2010)

Este concepto se me hace mucho más elaborado y moderno sin negar que el cultivo de sí propuesto por Jaeger es también profundo: “La educación, considerada como la formación de la personalidad humana mediante el consejo constante y la dirección espiritual, es una característica típica de la nobleza de todos los tiempos y pueblos. Sólo esta clase puede aspirar a la formación de la personalidad humana en su totalidad; lo cual no puede lograrse sin el cultivo consciente de determinadas cualidades fundamentales” (Jaeger, 2001), En esta medida hablar de que la formación se da sólo en un grupo reducido de la población es sesgar y no atribuir la validez de aprensión de conocimiento a todos por igual.

Por otro lado tampoco es de mi interés ahondar en el concepto de amor propio establecido por Fernando Savater dado a que este concepto remite a la necesidad de alcanzar como primera instancia un apego (casi excesivo) al conocimiento de sí dejando a un lado valores que nuestra sociedad ha considerado valiosos por mucho tiempo como la solidaridad y el compartir y defendiendo el egoísmo como razón de autoconocimiento.

Es así como los conceptos que se relacionan con la propuesta del cuidado de sí en Foucault de la mano con el trabajo conceptual brindado por Gonzalo Soto que se establecerán en definitiva las relaciones que sobre el cuidado de sí debemos entender y que se expresa en: “El cuidado de sí pasaba entonces por comprender que el cuerpo y el alma eran un todo, a través del cuidado personal de la estética se lograba una mente más despejada. Asimismo, quienes cultivaban su saber, necesariamente debían preocuparse por su cuerpo y su salud, pues en un cuerpo sedentario no podía

abrigarse pensamientos vehementes.” (Soto, 2010) Por último, el cuidado de sí estaba entendido también como una forma de respeto y cuidado por los demás.



## **Diseño Metodológico**

### **Tipo De Investigación**

La presente investigación es de enfoque cualitativo según las características presentadas por Valles Martínez (valles, 1999)

En primer lugar, se define el enfoque de esta investigación como cualitativa, porque se preguntarán cuestiones generales y abiertas, se recabarán datos expresados a través del lenguaje verbal y no verbal, así como visual, los cuales se describirán y analizarán. Debido a que la totalidad de la investigación pretende abordar, analizar, sintetizar e interpretar un conocimiento que esta dado de manera textual en los autores que se han preocupado en profundizar por el concepto de cuidado de sí desde el sentido propio de contextos particulares; las interpretaciones de esta generan a su vez una serie de perspectivas, guías y referencias al modo de vida que llevamos hoy.

### **Tipo De Estudio De La Investigación**

Es un estudio Ético a partir de la búsqueda e interpretación documental teniendo en cuenta que se buscará una aproximación o cercanía al manejo de los conceptos a desarrollar; la profundidad se dará desde el diseño etnográfico que pretenderá describir y analizar el significado y los conocimientos de la población juvenil a la que se tenga más fácil acceso hacia la interpretación del concepto del cuidado de sí como elemento primordial. En esta medida el mecanismo para recolectar información ha de

ser la lectura textual, crítica y detallada que se haga de diversos autores que alimenten el corpus teórico de todo el análisis hacia el descubrimiento del significado de sí en contexto.

### **Unidad De Estudio**

La unidad central de estudio es el significado del cuidado de sí en relación al consumismo como promesa de felicidad para la contemporaneidad.

### **Categorías De Análisis**

<i>Alimonium</i> (Alimento)	Estética
<i>Aphrodisia</i> (Placer, Sexualidad)	Ética y Moral
Belleza-fealdad	Felicidad-infelicidad
Paradigma Contemporáneo	Imaginario colectivo
Consumismo	<i>Pólemos</i> (Política)
Cuidado de sí, de los otros, de lo sagrado y del medio ambiente	Publicidad
	Vida-muerte

## Referencias

- Aristóteles. (2006). *Ética a Nicómaco*. Madrid: Alianza Editorial.
- Bauman, Zygmunt. (2007). *Vida de consumo*. Buenos Aires: Fondo De Cultura Económica.
- Bauman, Zygmunt. (2009) *Modernidad líquida*. México: Fondo De Cultura Económica,
- Bell, Daniel. (1977). *Las contradicciones culturales del capitalismo*. Alianza, Madrid.
- Boff, Leonardo.(2003). *Ética y Moral*. España: Sal Terrae Santander.
- Castro Orellana. (2008). *Foucault Y El Cuidado De La Libertad: Ética Para Un Rostro De Arena*. Santiago de Chile. LOM Ediciones.
- Foucault, Michel. (2002) *La arqueología del saber*.- 13. ed. Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina.
- Foucault, Michel. (2006) *Historia de la sexualidad. La voluntad de saber*. Traducción de Ulises Guiñazú. España: Siglo XXI.
- Foucault, Michel. (1994). *Subjetividad y verdad: Estética, ética y hermenéutica*, Barcelona: Paidós.
- Foucault, Michel. (1988). *Vigilar y castigar*. Traducción de Aurelio Garzón del Camino, Madrid: Ed. Siglo XXI.
- Foucault, Michel. (1968). *Las palabras y las cosas. Una arqueología de las ciencias humanas*. Traducción de Elsa Cecilia Frost. Argentina: Siglo XXI.
- Frankl, Viktor E. (2003). *Ante el vacío existencial*. Barcelona: Herder.
- Frankl, Viktor E. (1987). *El hombre doliente*. Barcelona: Herder.

- Hargreaves, Andy. (2003). *Enseñar en la sociedad del conocimiento*. España: Limpergraf s.l.
- Jaeger, Werner. (2001). *Paideia Los ideales de la cultura griega*. México. Fondo De Cultura Económica México. Libros I, II, III y IV.
- Levitt, Theodore.(1995). "*La miopía del marketing*" en LEVITT et al. (eds.). *La esencia del marketing*. Norma, Bogotá.
- López García, M. (2004). *La Publicidad y el Derecho a la Información en el Comercio Electrónico*. Editado por eumed.net; accesible a texto completo en <http://www.eumed.net/coursecon/libreria/2004/mlg/index.htm>
- Muñoz, Blanca. (2005). *La cultura global*. Madrid: Pearson educación S.A.
- Savater, Fernando. (2001). *Ética para Amador*. Editorial Ariel. Barcelona, España.
- Savater, Fernando.(2004). *Ética como amor propio*. Editorial Ariel. Barcelona, España.
- Soto, Gonzalo. (2010). *El cuidado de si y sus implicaciones éticas*. *Revista ética: una mirada múltiple*. 13-35.
- Tuvilla Rayo, Jose. (2000). *Educación en derechos humanos (2ª Ed.)*. España: Editorial Desclée de Brouwer, S.A. ().
- Weber, Max. (2010). *Ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Bogotá: libros hidalgo. .

## Apéndice

### Apéndice A: Monografía

#### Introducción

El hombre se ha dado a la tarea de responder a los desafíos que la sociedad le ha puesto, en gran medida, estos desafíos asumidos por él son los que le han permitido que la misma sociedad avance instaurando nuevos paradigmas que dan cuenta de la ideología dominante de su época, es así como el paradigma en el que se detendrá nuestra mirada es el de la contemporaneidad, período aún en construcción, lo cual dificulta su análisis.

Ahora bien detenerse a reflexionar cuál o cuáles son los paradigmas en los que se referencia la contemporaneidad es de por sí algo complejo, Kuhn expone de manera fluida y reveladora que los paradigmas que la ciencia tal cual permite dar a conocer en cualquier momento del tiempo sea en el pasado o en la actualidad han de estar sujetos a las interpretaciones propias de quienes no viven con afán su vida y no desde la mera acumulación de conocimientos, sino desde la ruptura con los viejos esquemas o estereotipos que hacen posible dar el siguiente paso en el progreso del tiempo, por ello es necesaria la existencia de los paradigmas pues estos permiten que se pueda diferenciar entre lo que puede llegar a ser mediático y temporal y lo que será histórico y permanente para todas las personas.

Puesto que son muchos y diferentes saberes los que tienen como objeto de estudio al hombre y la comprensión de su ser en el mundo, los cuales han ido trazando

un camino el cual aún está en construcción que se va actualizando en la medida que surgen nuevos paradigmas y con ellos diferentes *modus vivendi*. Esto permite comprender por qué en la actualidad es necesario, desde el campo de las humanidades, retomar preguntas como: ¿quién soy?, ¿quién quiero ser?, ¿cómo vivir bien?, ¿cómo ser feliz? Preguntas que afirman una vez más la importancia que tiene para el hombre acudir al llamado del aforismo griego “conócete a ti mismo”.

Enfatizar en el interés por el hombre como ser que debe cuidar de sí, de los otros, de lo otro y del medio ambiente, en el marco de lo individual y lo colectivo le permite a la acción educativa dentro de las instituciones darse cuenta de su responsabilidad e impacto en la vida de los estudiantes y proponerse acompañarlos en su formación como personas con sentido de alteridad, sujetos axiológicos, de ciencia y conciencia, capaces de reconocer que el otro es un ser sujeto de deberes y derechos, que es un ser diferente y que juntos comparten un mundo común que hay que cuidar, todo ello fundamentalmente a través del lenguaje, ya que es éste lo que nos une como especie.

La contemporaneidad es una:

*“época de catástrofes, que se extiende desde 1914 hasta el fin de la segunda guerra mundial, siguió al cual le siguió un período de 25 ó 30 años de extraordinario crecimiento económico y transformación social para la gran mayoría de afectados, que probablemente transformó la sociedad humana más profundamente que cualquier otro período de duración similar. La última parte del siglo fue una nueva era de*

*descomposición, incertidumbre y crisis y para vastas zonas del mundo como África, la ex Unión Soviética y los antiguos países socialistas de Europa, cuando el decenio de 1980 dio paso al de 1990, quienes reflexionaban sobre el pasado y el futuro del siglo lo hacían desde una perspectiva más colectiva y sencilla, pero no inevitablemente apocalíptica.” (Hobsbawm, 2000, 15).*

Por eso la contemporaneidad desde uno de sus pensadores propone la metáfora de lo líquido que es aquello sin forma fija o incapaz de generar una captación bajo la dinámica de estructuras en la vida del hombre, todo esto según Bauman, genera un descuido en los parámetros sobre cómo se lleva la vida lo y un adormecimiento que provoca en la conciencia de la persona un no reconocimiento de su cuidado y bienestar, en palabras de Foucault es precisamente eso “un reconocimiento del ser en sí como proceso de avance” (Foucault, 1996, 45)

Dar prevalencia al estilo de pensamiento brindado por Foucault, permite establecer bases claras y útiles sobre algunos conceptos a desarrollar, en este caso específico sobre el concepto el cuidado de sí (*epimeleia heatou*), a la luz del paradigma de la contemporaneidad, al menos desde una de sus grandes características: el consumismo como búsqueda y posible obtención de la felicidad.

Para ello, hay que partir de la misma concepción de sujeto que el filósofo francés nos brinda. La construcción del significado de *sujeto* para Foucault implicó un trabajo arduo que derivó de su lectura e interpretación de la obra de Nietzsche, el cual

tomó distancia del ámbito moral y apuntando siempre a la construcción de la libertad en el hombre.

El filósofo alemán, en su obra *verdad y mentira en sentido extramoral*, apoya la idea que la realidad parta antes que el cuidado de sí mismo de un reconocimiento de, el sí mismo que constituye una forma de negar la exterioridad en nuestras acciones, ya sea con el lenguaje o con con nuestras manifestaciones, lo que el hombre haga siempre dependerá de él mismo. Siguiendo este orden de ideas, en similitud, Foucault considera que el cuidado de sí mismo se presenta como experiencias del Yo, entendiendo estas experiencias como una posibilidad que va más que de conocerse a sí mismo de poder valorar todo lo que se es y se tiene, por eso Nietzsche hace referencia a la lucha de egos que hay entre los hombres y de la lucha que vive constantemente él mismo por intentar equilibrarse.

Parte de esto desemboca en el problema de la libertad, entendida en palabras de Savater, como *amor propio*. Ese amor propio como cuidado de sí que indaga y crea una atmósfera saludable y un modo de vivir bien en el mundo en el que el ser humano actué movido por valores y principios tales como la prudencia, la justicia y la honestidad, ya vislumbra el camino de la alteridad como posibilidad ética, de allí que:

*“El amor propio como es replica adecuada del carácter de la ética misma sobre él fundada: un impulso a preservar en el propio ser, a sobrevivir, a asegurar los mínimos comunes de la humanidad, pero también anhelo de excelencia personal de superación y potenciación del proyecto humano imaginado en la época histórica en que se vive”* (Savater, 2008, 33).



Ahora se considera la posibilidad inalienable de que todos los seres humanos tendemos al alcance de algo mejor, éste se erige en el motor y deseo de excelencia y perfeccionamiento humano, algo vital e inherente a todos es pues que:

*“El anhelo de excelencia y perfección, culminación del arte de vivir ético, es el producto más exquisito del amor propio, adecuadamente considerado. Quién no desea ser excelente ni perfecto, quien crea que no se merece tanto o no se atreva a proponerse tanto, es que desde luego no se ama lo suficiente a sí mismo, o tiene una idea de la excelencia y perfección puramente ajena y perversa, esclavizadora incompatible con las urgencias inaplazables de su yo” (Savater, 2008, 64 ).*

Un hacer de la vida misma una obra de arte, bella para sí mismos y bella para ser vista por los demás, dicho en palabras del profesor Gonzalo Soto: “Esta tarea de esculpir la vida es la unión con uno mismo a la que denominamos ensimismamiento, ese ir al interior como meterse dentro de sí, un recogerse en sí para navegar en el naufragio del vivir” (Soto, 2010, p. 23) para salir al encuentro con el mundo.

Esta realidad atraviesa a las grandes preocupaciones del hombre, en su sentido más profundo de humanidad y así mismo Foucault, en sus primeros trabajos, destina todos sus esfuerzos a presentar la estructura de las relaciones del hombre no solo desde la exterioridad sino también en la interioridad expresiones que como lo enuncia Gonzalo Soto se dan en la estética, la *aphrodisia*, la dietética, el *pólemos* (la política) por medio del deporte y la sexualidad.

Para esto es necesario romper con las propuestas de nuestras sociedades que nos invitan a ser felices desde prácticas y realidades que pueden causar mucho daño, si no tienen una intervención atenta que apunte al uso adecuado del sentido y protección de la integralidad del ser. Para evitar esta crisis la ética nos da elementos justamente para no ser sujetos heterónomos, sin autonomía; y de manera particular y concreta sólo desde el amor a sí mismo es como el otro no se convierte en mero objeto de consumo sino que se lo reconoce como un ser semejante a mí, y solo de los semejantes podemos aprender y desarrollarnos en humanidad, sólo si acepto este imperativo podré comprender que se trata de otro ser que se ama y ama lo existente, que reconoce al gran valor de lo que es y lo que tiene, todo a su alrededor en su entorno y así es el amor propio un encuentro con el otro, es entrar en sí para amarse amando a los demás.

*“La convivencia comunitaria siempre pretende conjurar el peligro de la aniquilación que pesa sobre todos sus miembros, en parte asegurando su limitada existencia física y en parte garantizando su perduración indefinida en la memoria o la esperanza de la colectividad” (Savater, 2008, 36).*

Esto es una situación compleja, dado que el medio por el cual se ofrecen los ideales de buen vivir, en la contemporaneidad, son orientados por los medios de comunicación quienes a través de imágenes que son en la mayoría de casos engañosas, crean en la persona una mentalidad del uso y consumo como promesa para acceder a un mundo aspiracional, a un mundo ideal y maravilloso en el que será feliz.

Este consumo no prescinde únicamente de bienes reales como autos, productos del hogar, alimentos, bebidas o cualquier otro obtenido desde la dinámica de la compra y la venta por intercambio de dinero sino también de bienes virtuales, intangibles y de servicios con los que se altera la realidad, tal cual como la conocemos, sobrevalorando más las cosas que destruyen la vida ante las que la enriquecen.

Soto desarrolla la idea de que *el cuidado de sí* puede llegar a convertirse en una clara oportunidad de reconstruir el concepto mismo de persona en la medida en que cada uno se hace responsable por la labranza y enriquecimiento de todo su ser, no de manera fragmentada sino de una manera integradora entre el sí, el otro, lo otro, lo sagrado y el medio ambiente. Llegando a despertar en cada persona una valoración mucho más profunda de su -ser siendo, dado a que somos *facendum*, somos seres buscando ser una obra de arte, entendiéndonos como inacabados con posibilidad de crecer desde todas las dimensiones posibles.

“Hoy no nos enfrentamos ya, como en los tiempos de Freud, con una frustración sexual, sino con una frustración existencial. El paciente típico de nuestros días no sufre tanto, como en los tiempos de Adler, bajo un complejo de inferioridad, sino bajo un abismal complejo de falta de sentido” (Orellana, 2009, 11).

Son ilustradoras las anteriores palabras al presentarnos una radiografía de la transición que ha sufrido nuestra sociedad, de lo sólido a lo líquido, como lo plantea Bauman proceso que no fue preparado y que al momento de llegar ha impactado con mucha fuerza, desestabilizando en esta medida nuestra sociedad; este proceso no ha

sido causado por un gobierno dictatorial o por un proceso de colonización, antes por el contrario *“la situación actual emergió de la disolución radical de aquellas amarras acusadas justa o injustamente de limitar la libertad individual de elegir o de actuar”* (Orellana, 2009, 40).

Para analizar este evento, al respecto nos ilustra Bauman debemos enfocar nuestra atención en eso que “queremos”, “deseamos” y “anhelamos”, ya que el anhelar hoy de los consumidores es “la apropiación, posesión y acumulación de objetos cuyo valor radica en el confort o la estima, que según se espera proporcione a sus dueños”.

En la línea de lo anterior es necesario hacer relación del concepto de felicidad planteado por Aristóteles que difiere completamente con la propuesta de felicidad en una sociedad consumista, es así que:

“Puesto que todo conocimiento y toda elección tienden a algún bien, volvamos de nuevo a planteamos la cuestión: cuál es la meta de la política y cuál es el bien supremo entre todos los que pueden realizarse. Sobre su nombre, casi todo el mundo está de acuerdo, pues tanto el vulgo como los cultos dicen que es la felicidad, y piensan que vivir bien y obrar bien es lo mismo que ser feliz. Pero sobre lo que es la felicidad discuten y no lo explican del mismo modo el vulgo y los sabios” (Aristóteles, 2006, 50).

De lo anterior se puede deducir que la felicidad (*eudaimonía*), entendida desde la filosofía moral como la búsqueda de la perfección, esto es, a la observación constante sobre las consecuencias que se derivan de mis decisiones y a esto le

añadimos que si todas las acciones humanas tienden al bien como fin último, en consecuencia, el fin de las acciones humanas es la felicidad. En esta misma línea Aristóteles afirma que lo que diferencia al hombre del resto de los animales es que éste tiene alma racional o intelectual y que gracias a ella el hombre realiza actividades propias del entendimiento y la voluntad. Además de ello, el ser humano tiene la capacidad de articular la palabra, de lo cual se puede inferir la importancia que el filósofo le concede al lenguaje en la búsqueda de la felicidad como fin de la existencia humana. Es a través del lenguaje como el hombre logra construir *polis*, construir política, construir un mundo común que tienda al bien común, entendido este como el vivir bien, y las buenas acciones realizadas por los individuos en comunidad y vividas en sociedad, mediadas por la elección de acciones virtuosas de ciudadanos que han de conducir u orientarse a ese bien común o bien social, esencial para la vida.

De ahí que ingresar en una especie de mentalidad del cuidado de sí no es que sea tarea fácil ya que para poder ingresar en ella, lo plantea Bauman, “el hombre de hoy debe convertirse en objeto de su compromiso personal, y se convierte en objeto de este compromiso en la medida que es referente para los demás” (Bauman, 2007, 48).

Frente a todo esto es importante desde la ética cuestionarse sobre la crisis que enfrenta la sociedad hoy para asumir esa tarea del cuidado de sí y lo es porque precisamente las condiciones son adversas; se hace interesante y muy necesario descubrir que herramientas se nos muestran para la defensa del cuidado de sí en nuestra contemporaneidad.

Pues la propuesta del consumismo pareciese que fuera mucho más aventajada en no permitir propiamente ese cuidado de sí; percibido de manera muy patente en la publicidad engañosa que como acto desleal afecta los intereses de los consumidores buscando la forma en que este tenga que jugar un rol protagónico y determinante, no ser, simplemente, un objeto. Si bien es cierto que este acto puede causar un perjuicio económico para los empresarios que compiten, también afecta a través de lo que le termina llegando como producto al consumidor, y como dentro de los sistemas económicos que manejamos lo importante es hacer mayor cantidad de dinero con menor cantidad de inversión es cuando se comienzan a ver maniobras engañosas que provocan que el consumidor haga su elección de forma equivocada.

Y cuán difícil es apreciar, captar o percibir si una publicidad tiene una base ética o si por el contrario es nociva, hay que recordar entonces que para catalogar de engañosa la publicidad, es necesario tomar en cuenta la información que se transmite y la que se omite, de tal manera que en la engañosa se puede difundir publicidad con omisiones en las que se ocultan datos fundamentales necesarios para que el destinatario tome una decisión correcta desnaturalizando las condiciones en que se realiza la oferta de un anuncio.

## Capítulo 1

### Acercamiento Al Concepto Del Cuidado De Sí En La Contemporaneidad

Ya se expresaba con antelación que para hablar de la humanidad son muchas las áreas, ciencias y tratados desde los cuales abordar al hombre y a todas sus realidades y para este trabajo no va ser desde el ámbito meramente antropológico ni ontológico desde el cual se va abordar sino desde el ámbito ético.

Ya desde el periodo clásico griego se tenía claridad sobre el concepto de ética puesto que *ethos*, atendiendo a su acepción inicial, es guarida, lugar donde habitan los animales, o morada, lugar donde habitan los hombres; pero también a la que posteriormente le concediera Aristóteles, entendiéndolo como hábito, esto es, carácter o modo de ser derivado de la costumbre, dicho de otro modo, la conducta o el modo de relacionarse con los diferentes códigos morales acorde a las que hayan sido sus propias experiencias de vida.

Las actitudes, los comportamientos, los hábitos y las acciones, siendo de especial interés para este trabajo aquellas que persiguen la felicidad a través del consumismo, son imprescindibles para el objeto de estudio de la ética y para la tarea del docente de ética en el acompañamiento que deberá brindarle a sus estudiantes.

La humanidad aguarda un sinnúmero de sorpresas las cuales manifiestan la multidiversidad del pensamiento en el hombre, todas estas, vistas como herramientas útiles para el sostenimiento de la vida aunque también hay problemas que abordan al sujeto desde una concepción negativa consideradas como inciertas.

Así pues dentro del estudio sistemático y riguroso, las ciencias humanas se muestran como la alternativa más cercana para permitir el alcance del estudio del hombre (Foucault, 1968. p 35). Las formas de conocimiento que responden desde esta ciencia particular se ajustan a la exigencia de la legitimidad que representa todo el contexto particular universal colocando como centro de su interés el tema propio de los sujetos, convirtiéndose en el fundamento y finalidad propiamente que hace parte de lo que es la ciencia y el saber. Con eso también se dice que la historia del hombre es un constante construir dentro de diversos espacios llenos de conocimiento en general.

Dicho de otra manera y en palabras de Foucault “no cabe divagar sobre la naturaleza esencial del hombre su función constituye y fundamenta todo lo que de él debemos saber. Cabe reconocer entonces que el hombre es un dibujo de nuestra configuración universal que representa determinados momentos históricos del pensar donde se anudan sujeto y objeto del saber una misma figura” (Foucault. 2002. p 47). A partir de ese hecho se van articulando una serie de reflexiones con unas tensiones y distensiones; vale decir que “es necesario comprender al hombre como una forma de pensar problemática y plagada de complicaciones que responden a los supuestos que él encarna para el saber moderno” (Bauman, 2006, 68).

Zygmunt Bauman se sirve de la metáfora del «líquido» para tratar de plasmar los cambios sociales y políticos que tienen lugar a partir de la segunda mitad del pasado siglo y que parecen estar cada vez más de actualidad. Usa esta metáfora porque nuestras sociedades son artificiales, frágiles, pragmáticas y frías; tan pronto como desaparece el entusiasmo de sus miembros por mantener la sociedad ésta



desaparece con ellos; se asemeja a no evitar los flujos, no poder cerrar las fronteras a los inmigrantes, al comercio, a la información, al capital.

“La modernidad líquida es un tiempo sin certezas. Sus sujetos, que lucharon durante la Ilustración por poder obtener libertades civiles y deshacerse de la tradición, se encuentran ahora con la obligación de ser libres. Hemos pasado a tener que diseñar nuestra vida como proyectos. Más allá de ello, del proyecto, todo sólo es un espejismo. La cultura laboral de la flexibilidad arruina la previsión de futuro, deshace el sentido de la carrera profesional y de la experiencia acumulada. Por su parte, la familia nuclear se ha transformado en una “relación pura” donde cada “socio” puede abandonar al otro a la primera dificultad. El amor se hace flotante, sin responsabilidad hacia el otro, siendo su mejor expresión el vínculo sin cara que ofrece la Web. Las Instituciones no son ya anclas de las existencias personales. En decadencia el Estado de bienestar y sin relatos colectivos que otorguen sentido a la historia y a las vidas individuales, surfeamos en las olas de una sociedad líquida siempre cambiante incierta y cada vez más imprevisible”. (Bauman, 2006, 14).

De una manera visual, lleva a cabo una brillante lectura de los fenómenos que caracterizan nuestras vidas. Se trata de plasmar la superación de las instituciones sólidas características de la primera modernidad. Instituciones de las cuales se ha abusado y ha depositado toda la responsabilidad sobre lo que acontece, siendo estas la familia, la iglesia y el estado. Si bien la banalización del uso de la categoría de crisis para referirse a todas las dimensiones de la vida social se ha dirigido a estas ha

provocado una especie de saturación negativa, y de excusa constante, en la formación del ciudadano durante el siglo XX por ende poniéndolo en una posición debilitada.

Surge entonces la necesidad de reflexionar cómo nuestra sociedad, está brindando modelos que avocados por una realidad fuerte de consumo no permiten el enriquecimiento en la cultura, el pensamiento y el cuidado de sí sino que por el contrario estimulan la destrucción del cuerpo y los malos hábitos de la personas a partir de la aceptación de lo que se denomina *fitness*, *light* o superficial; todos estos, principios dados por nuestra contemporaneidad que muy al ejemplo de lo que propone Bauman no deja grandes orientaciones al hombre disolviéndolo en lo líquido.

La modernidad líquida significa el final del modelo de industria representado por la «fábrica fordista», el fin de las utopías, el del modelo de control de tipo 'panóptico' y la superación del modelo de Estado-nación, todos ellos elementos característicos de la primera modernidad. (Castro Orellana, 2008, 33).

Esta es por ende otra prueba que guarda relación con el escenario dibujado por la irrupción de las ciencias humanas en el siglo XIX dentro del cual van a hacer acto de presencia una serie de disciplinas que se caracterizan por pensar aquellas cosas del hombre desde aquello que disuelve el sujeto; siendo algunas de estas disciplinas: el psicoanálisis, la etnología y la lingüística y a pesar de que no será desde la configuración de estas disciplina ante las cuales se ha de centrar el estudio del cuidado de sí del sujeto, si es importante tenerlas en cuenta ya que pueden llegar a servir para validar la tesis de que, nos aproximamos al ser sólo desde la interdisciplinariedad del conocimiento.

El cuidado de sí gana relevancia en el pensamiento moderno y contemporáneo ya que reflexionarnos desde su dinámica y volver a pensar en el modo de vida que nos propone nos introduce en una serie de experiencias que irrumpen con lo que se categoriza como convencional o cotidiano que es en últimas lo que la gran mayoría de personas suele hacer.

Respecto a la categoría *cuidado de sí*, que es tomada del griego *epimeleia heatou* que los latinos traducen por *cura sui*, y de allí nuestra traducción *cuidado de sí*. “La *epimeleia* y su verbo *epimelesthai* significa: *cuidado, solicitud, dedicación, atención, diligencia, dirección, gobierno*; sustantivos que conjugan su respectivo verbo y dan como resultado: *cuidar, preocuparse, está encargado de, estar al frente de, tener a su cargo, cultivar, aplicarse, dedicarse, cuidar con todo cuidado, es decir servir*”. (Jaegger, 2001, 24).

De este modo uniendo ética, cultura y cuidado de sí, la ética es la cultura como el cuidado de sí en sus múltiples posibilidades y viabilidades conjugando el verbo servir: “*servirse a sí mismo en los otros y en las cosas y los dioses*” (Soto, 2010, 37).

Este concepto se hace mucho más elaborado y moderno sin negar que el cultivo de sí propuesto por Jaeger en su obra maestra *paideia* también es de naturaleza muy profunda:

“La educación, considerada como la formación de la personalidad humana mediante el consejo constante y la dirección espiritual, es una característica típica de la nobleza de todos los tiempos y pueblos. Sólo esta clase puede aspirar a la formación de la personalidad humana en su

totalidad; lo cual no puede lograrse sin el cultivo consciente de determinadas cualidades fundamentales” (Jaeger, 2001, 26).

En esta medida hablar de que la formación se da sólo en un grupo reducido de la población es sesgar y no atribuir la validez de aprensión de conocimiento a todos por igual.

Por otro lado tampoco hay que confundirlo con el concepto de amor propio establecido por Fernando Savater dado a que este concepto remite a la necesidad de alcanzar como primera instancia un apego (casi excesivo) al conocimiento de sí dejando a un lado valores que nuestra sociedad ha considerado valiosos por mucho tiempo como la solidaridad y el compartir y defendiendo el egoísmo como razón de autoconocimiento.

Es así como los conceptos que se relacionan con la propuesta del cuidado de sí en Foucault de la mano con el trabajo conceptual brindado por Gonzalo Soto, establecen en definitiva las relaciones que sobre el cuidado de sí debemos entender y que se expresa en:

“El cuidado de sí pasaba entonces por comprender que el cuerpo y el alma eran un todo, a través del cuidado personal de la estética se lograba una mente más despejada. Asimismo, quienes cultivaban su saber, necesariamente debían preocuparse por su cuerpo y su salud, pues en un cuerpo sedentario no podía abrigarse pensamientos vehementes.” (Soto, 2010, 38).

Por último, el cuidado de sí ha sido entendido también como una forma de amor propio, de respeto y de cuidado por los demás; esto en tanto que el sujeto reconoce en el otro la posibilidad misma del propio conocimiento de sí.

## Capítulo 2

### La Contemporaneidad Y Su Idea De Felicidad En El Consumismo

Cuidar de sí debe llevar al hombre a hacerse otras preguntas como: ¿El hombre de hoy se pregunta por su ser? Este sería un cuestionamiento amplio que en buena medida desbordaría los límites de lo que aquí se desea reflexionar por ahora lo importante y vital es entender que el hombre de hoy quizás no se pregunta ya por la esencia de su ser, puesto que el consumo ha suplantado ese cuestionamiento y para ello hay que volver a los conceptos primeros del surgimiento de una sociedad consumista:

“esta sociedad fue viabilizada por tres invenciones sociales: a) la producción en línea, b) el marketing que racionalizó el arte de estimular los apetitos de los consumidores y c) la difusión de la compra a plazos. La producción masiva necesitaba del consumo masivo, que se masifica fundamentado en la idea del cambio, la transformación personal y la innovación constante” (Bell, 1977, 56).

Muchos de los hombres de las últimas generaciones sienten que han sido lanzados a este mundo, lanzados y llamados a existir en un mundo, el cual tiene su propio contexto, su propia historia, y ante todo esto la verdad es que al hombre contemporáneo no le queda más que aceptar con cierta resignación lo que le va tocando vivir y encontrando en muchos de los casos alegría y una supuesta noción de felicidad en eso que el consumo le ofrece. Frente a ese panorama en el que la misma felicidad parece disolverse entre lo etéreo y lo líquido del consumo.

Resulta pertinente en este momento de la escritura recordar el planteamiento de Heidegger en el cual explica que el hombre es *un ser ahí*, un *dasein* que se preocupa por el ser, no desde las posesiones sino desde el constante replanteamiento de su existencia, puesto que no hay ningún otro ser que se pregunte por este tipo de cosas; debe llevar al hombre a comprender a qué viene entonces a este mundo y puede permitir encontrar aspectos teleológicos como: cuál es la finalidad, para donde se va y que se hará con la vida y más importante cómo lograr todo esto sin refugiarse en el consumo.

El hombre lleva por naturaleza esta tendencia de huir a la pregunta del ser, quizás por la complejidad que esta pregunta representa o quizás porque es mucho más fácil vivir con ese aire de vacío que ofrece el consumir, máxime cuando no se llena con ninguna clase de pensamientos que den sustento al sentido de la existencia de la realidad personal. Desde esta perspectiva se distingue entonces al hombre que se ha vuelto bajo esta forma de existir, inauténtico, despreocupado, sumiso y sin un verdadero modelo de vida, es decir, se ha homogenizado tanto que está bien vivir para ese tipo de hombre por fuera de sí mismos, viviendo sin el ser a tal nivel, que este tipo de ideas y pensamientos se vuelven aceptables para la cultura actual. Algo así como que es importante reconocer que no se tiene un sentido que estructure nuestras acciones puesto que lo importante es estar al nivel de los demás para consumir.

Cuando se es niño siempre se aprende sobre las cosas que acompañan la existencia, sobre aquello que te rodea y tiene vida, sobre lo que hay que hacer, pero en muy pocos casos se inculca y educa para cuestionarse sobre el ser; es más, se ha hecho tan fuerte esta tendencia a huir de esta pregunta, y alejarnos de su significado

que desde hace algunos años los niños reciben como primera concepción la de consumir en el ciclo de natural que anteriormente se refería solo a la vida; es decir, que ahora se nace para consumir, se crece para consumir, se produce para consumir, se consume y se muere por todo lo que hemos consumido y es esa precisamente la dinámica en la que estamos envueltos en la contemporaneidad.

“La experiencia de la modernidad se concentra en tres fenómenos: industrialización, urbanización y exposición a los medios de comunicación social, todos ellos relacionados con el consumo. Las metrópolis proporcionan un amplio espacio para imaginar y crear nuevas formas de vida, e incluso la fantasía de una "vida moderna", que produce el deseo inspirado por nuevas mercancías, nuevas relaciones sociales, identidades y experiencias, que son constantemente anunciadas por los medios de comunicación. La modernidad se instala en la vida cotidiana a través de las mercancías y su confort; es decir, el bienestar que prometen. La modernidad y la modernización proponen sueños de autonomía individual lograda por medio del avance técnico y las posibilidades de elección, pero al mismo tiempo se va desarrollando la vigilancia total de los individuos y el control disimulado a través de los objetos y el estímulo del deseo por poseerlos.

El modelo de consumo actual, modelado por el consumo de masas del american way of life no sólo es alienante, generador de necesidades, superfluo... sino que se sostiene y refuerza el patriarcado” (Bell, 1977, 58).



Apuntarle entonces a reconocimiento del cuidado de sí, puede ser una manifestación contra las dinámicas del consumo que podrían contrarrestar dos situaciones concretas, una de ellas el consumo mismo y otra la publicidad que usa este consumo para expandirse; dado que, por un lado el modelo de consumo organizado desde la oferta despierta consumidores activos preocupados únicamente por la adquisición, que se perciben como homogéneos y rutinarios contrarrestando la imagen del consumidor pasivo que es aquel que reflexiona racionalmente sobre sus necesidades y lo que debe comprar. *“las organizaciones y empresas deben aprender que su función no es producir bienes o servicios sino comprar clientes, hacer aquello que induzca a la gente a hacer negocios con ella” (Levitt, 1995, 40).*

Mientras que por otro La poderosa industria de la persuasión publicitaria que utiliza elementos sociológicos, psicosociales, cognitivos y culturales, con un altísimo grado de tecnificación y profesionalismo por lo que ya no es raro ver a tantos ingenieros y demás profesionales en una u otra acción desencadenante de publicidad consumidora. Todos esto se pone al servicio de la construcción de un universo de consumo mediante motivaciones e instintos primarios de los consumidores, en el que se despierta el interés, se racionalizan los deseos para culminar en una actitud de consumo, convenciendo sobre la acción de compra, pero presentándola como si derivara de una decisión personal y voluntaria.

Zygmunt Bauman entiende las dificultades de esa publicidad del consumo que se recibe casi que a diario y muy de la mano con Savater que dentro de su propuesta de amor propio nos deja claro que la elección por ese amor se encuentra en cada persona, el consumismo no se define simplemente por la presencia de un consumo

masivo y diversificado, sino sobre todo por una transformación de los métodos de venta en las que la responsabilidad siempre va a decaer sobre quien termina consumiendo o no.

La actividad de comprar es la acción más característica de la modernidad líquida, las personas se reflejan en sus posesiones. La vida se transforma en salir de compras, porque el mundo se presenta como lleno de oportunidades que significan, o más bien pretenden significar, la libertad absoluta del principio del placer. Bauman describe de la siguiente manera la actitud que caracteriza la búsqueda de felicidad individual en la sociedad actual:

Salimos a comprar la capacitación necesaria para ganarnos la vida y los medios de convencer a los potenciales empleadores de que poseemos esa capacidad; a "comprar" la clase de imagen que nos convendría usar y el modo de hacer creer a los otros que somos lo que usamos; a "comprar" maneras de conseguir los nuevos amigos que deseamos y de librarnos de los amigos que ya no deseamos, maneras de atraer la atención y maneras de ocultarnos al escrutinio, maneras de extraer mayor satisfacción del amor y no volvernos dependientes del amado o el amante, maneras de ganarnos el amor del amado y de terminar en la forma menos costosa..." (Bauman, 2003, 80).

Se evidencia entonces que la publicidad crea estragos desde marcas que apelan a la falsa publicidad bajo el ardid de prometer de manera directa o indirecta la felicidad, algunos ejemplos:

“La marca de cereales Kellogg’s decidió suspender la transmisión de los anuncios publicitarios en televisión de uno de sus principales productos, zucaritas, luego de que un grupo de ciudadanos y una organización no gubernamental denunciaron ante las autoridades federales que dicha campaña afectaba los buenos hábitos alimenticios de los niños.

“La publicidad transmitida en televisión del producto Zucaritas de la empresa Kellogg’s, que fue denunciada el pasado 4 de junio ante la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), salió del aire en la primera semana de julio”, aseguró la organización El Poder del Consumidor en un comunicado.

EL UNIVERSAL solicitó a Kellogg’s la confirmación o desmentido de tal información, sin embargo, después de dos días, no se recibió respuesta de la empresa.

“El anuncio de Zucaritas fue denunciado por El Poder del Consumidor y un grupo de ciudadanos ante la Profeco, la Secretaría de Salud y la Secretaría de Gobernación, por tratarse de publicidad engañosa, y por afectar los buenos hábitos alimenticios”, señala El Poder del Consumidor, al dar a conocer la suspensión de la campaña.

Y añade: “Kellogg’s recurre a uno de los elementos que han dejado de utilizar otras empresas: sugerir que el consumo del producto permite desarrollar habilidades físicas increíbles, aprovechándose de la credulidad de los niños”.

Además, utiliza otros recursos comunes de engaño como son el uso de frases como “Zucaritas te da la energía” para ganar, o el propio lema de la empresa: “Kellogg’s vive para nutrirte”, que genera una profunda confusión nutricional, así como el uso de un personaje animado, el Tigre Toño, y la publicidad de regalos relacionados con la película de éxito del momento, como gancho para la compra del producto.

Según Alejandro Calvillo, director de El Poder del Consumidor en México, las estrategias de las empresas procesadoras de alimentos, así como de las agencias de publicidad para anunciar sus productos dirigidos a los niños, “carecen de toda ética, actúan a sabiendas de la manipulación y daño que le están haciendo a los niños y están utilizando todo tipo de herramientas de engaño, ya que no existe regulación o la existente no se aplica”.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) reconoce que la publicidad dirigida al sector infantil es uno de los elementos centrales en la configuración del ambiente de obesidad que viven los niños, y que es responsable de la epidemia de sobrepeso que sufren.

En el caso de México, en los últimos siete años, el sobrepeso y la obesidad en niños de 5 a 11 años de edad aumentó 40%.” (El Universal; jueves 19 de julio de 2007; Redacción Salud)

Las Zucaritas le dicen a su potenciales consumidores que son usualmente niños y jóvenes que si las come podrá alcanzar el nivel de destreza que el Tigre tiene en los deportes que por cierto es altísimo, digno de admirar, porque el cereal está enriquecido con 18 vitaminas y minerales; esto es parcialmente cierto, haber ingerido alimentos ricos en vitaminas, minerales y carbohidratos es bastante útil. Lo que el tigre no comunica es que en una porción de 40 gr. del cereal excede en aproximadamente un 75% el azúcar que se recomienda a un niño de 7 años ingerir durante todo un día.

Como se percibe las compañías que procesan alimentos y las agencias de publicidad actúan sin ética en los mensajes dirigidos a los niños, y por eso es que poseen tantas denuncias, en contra de la publicidad engañosa de los productos que elaboran. Y porque se le considera engañosa, según Mabel López lo expresa como:

*“la publicidad será engañosa:*

- 1. Cuando induzca a error al destinatario como consecuencia de la presentación del mensaje.*
- 2. Cuando induzca a error al destinatario como consecuencia de la información que transmite el mensaje publicitario*
- 3. Cuando induzca a error al destinatario como consecuencia de la omisión de información en el mensaje publicitario [...] no es necesario para que la publicidad sea engañosa que el error efectivamente se produzca sino que basta con la mera inducción al error. La inducción al error se da desde el mismo momento en el que se puede afectar [...] al comportamiento*

*económico del destinatario o se pueda perjudicar a un competidor”.*  
*(López García, 2004)*

La autorregulación de las empresas en relación la publicidad dirigida a niños ha demostrado ser un fracaso. El que tiene que velar por la salud de la infancia es el gobierno; las empresas velan por sus utilidades. Hasta el momento, ni la autoridad ni los legisladores han hecho que las mismas empresas tomen iniciativas para sacar la comida chatarra de las escuelas y colegios y para regular la publicidad de este tipo de productos en los horarios infantiles.

Con el que vale la pena también mostrar otro ejemplo con la reconocida marca de desodorantes axe que no es de alimentos sino de un producto de aseo personal:

“Vaibhav Bedi demandó a la marca Axe y señaló en la acusación que las promesas falsas de la empresa le causaron un gran daño psicológico. Aseguró además que utilizó productos de la marca durante siete años, sin que esto repercutiera significativamente en su capacidad para “conseguir mujeres”.

Bedi decidió interponer la acción legal cuando una amiga lo golpeó con una escoba al tratar de impresionarla. El demandante además solicita una indemnización ya que, según él, la marca lo engañó haciéndole creer que usando el producto atraería al sexo opuesto. Como prueba entregó la envoltura de todos los desodorantes que ha usado sin éxito para que sean analizadas en un laboratorio.”

Con lo anterior queda evidenciado que el cuidado de sí ha dejado el plano preponderante para las personas pues si en esencia no hay una preocupación por el ser ni tampoco por el cuidado de sí mismo, mucho menos se podrá encontrar una conciencia crítica sobre aquello a lo que se puede hacer, no por mero consumo sino por razones muchas más profundas de necesidad y subsistencia.

### Capítulo 3.

#### Consumismo: Un Peligro Para La Dignidad Y El Cuidado De Sí Del Sujeto Ético

Desde el origen del ser humano, el hombre siempre se ha preocupado por su bienestar, por alcanzar su felicidad. Toda esta lucha inicia a medida que se crece como persona y se adquiere conciencia de las alegrías, las tristezas y todos esos sentimientos que forman parte de las diferentes etapas de la vida y que determinan de una u otra forma nuestra personalidad.

En esa búsqueda constante de la felicidad, el ser humano necesita sentirse apreciado y respetado por los demás, necesita sentirse digno de la sociedad, digno de su familia, digno de ser amado, digno de ser feliz. Pérez Triviño indica muy justamente que *“de las diferentes concepciones acerca de la dignidad humana, la noción kantiana es, posiblemente la que ha tenido una mayor influencia en la filosofía política y moral desde la Ilustración hasta la actualidad”* (Pérez, 2007, 13).

La dignidad humana es intangible, respetarla y protegerla es obligación de todos como fundamento de toda comunidad humana, de la paz y de la justicia en el mundo. En el Artículo 1 del Preámbulo de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948) se afirma que: "todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos". En general, el concepto de dignidad humana remite al valor único, insustituible e intransferible de toda persona humana, con independencia de su situación económica y social, de la edad, del sexo, de la religión, etcétera, y al respeto absoluto que ella merece.



La ética del cuidar no se aleja en ningún momento del mantener esa dignidad que le es propia a todo ser humano; se encuentran referencias entre los conceptos de cuidado y dignidad, en autores, como Savater, quien sostiene que cuidar encarna vivir el significado de la propia vida; este autor busca dar prevalencia al compromiso de mantener los ideales de una existencia que asegure que las obligaciones que se derivan de la misma son un elemento constitutivo del cuidado; por tanto, cuando nos comprometemos al cuidado, como una forma de ser, nos sentimos obligados moralmente a respetar la dignidad que nos es propia y la que le es propia a los demás. En el proceso de cuidar hay valores morales que son inherentes, por eso cuando se cuida se crece, porque se es más humano esto a su vez porque se selecciona los propios valores e ideales que orientarán la manera de comprender como cuidarse

Por su parte, Jaegger visualiza la ética del cuidado como un tipo de teoría de la virtud, en la que los ideales morales son preferidos a los principios éticos, como guías de la acción. Jaegger centra sus ideas en el valor del cuidado y en la actitud de cuidar, y señala que la ética del cuidado nos pone de cara a un sentido de obligación. El sentimiento de que "yo debo" hacer algo aparece cuando alguien se dirige a nosotros; este yo debo nace del encuentro directo con el otro, como preparación de la respuesta. El yo debo, para Jaegger, expresa un deseo o una inclinación, no un simple reconocimiento formal del deber. La ética del cuidar es esencialmente relacional y empieza con el deseo universal de ser cuidado y de establecer una relación positiva con otros seres humanos; así, se centra en las necesidades y en las respuestas indispensables para mantener las relaciones de cuidado. El cuidado se basa en sentir con el otro y recibir del otro; es un proceso, a la vez cognitivo y emotivo, y requiere

cambios permanentes en la motivación y en la relación con el otro que generan cierto aire de vida, de vitalidad.

Un aspecto fundamental o determinante en la persona, es su relación con Dios, esta relación le permite establecer parámetros y control sobre lo que ante los ojos de Dios está bien y lo que está mal. Desde un punto de vista espiritual el hombre con la presencia de Dios en su vida es un ser fortalecido, un ser capaz de cuidarse, de protegerse y de amarse a sí mismo, lo cual le genera la confianza necesaria para avanzar en la vida.

Cuando se tiene la presencia de Dios en el corazón y en la vida, se procura mantener una limpieza de cuerpo y espíritu, con el fin de agradarle cada día más.

Pensar que la vida de hoy con sus excesos agrada a Dios es el temor de muchos más aun cuando hay elementos que claramente se muestran en contra de un cuidarse a sí mismo como: el alcohol, el cigarrillo, las drogas, la gula (obesidad), la vanidad, las cirugías plásticas, los tatuajes, el adulterio y la fornicación (sexo no como pasión sino como placer desenfrenado), la homosexualidad, la masturbación, la pornografía y otras muchas formas que bajo la tendencia de abuso, el pensamiento moral de la religión y lo trascendente entienden como pecado y claramente rechazos de ese dios que sirve de inspiración y guía en el actuar cotidiano.

Desde esta óptica es que se justifica que el mundo de hoy se encuentra en crisis, en dificultades, por la falta de amor, por la falta de cuidado de nuestras vidas, de una vida que Dios regala sin ningún interés, dando la libertad de elegir como camino de auto dignificación.

Ahora bien los conceptos del ámbito religioso no son los únicos que influencia la moral de las personas, en nuestra sociedad actual, se presentan un sinnúmero de obstáculos de orden social a la hora de prosperar debido a diferentes factores que afectan la manera de ser o pensar, e incluso pudiendo llegar a afectar la forma en cómo ve la sociedad en general o como individuos a cada persona.

Dignidad y cuidado son entonces dos conceptos que se interrelacionan y parecen estar ligados el uno con el otro pero no es lo mismo hablar de la dignidad que el hombre da a sus congéneres, a sus cosas, a lo trascendente, a sus placeres entre otros y por ende no es lo mismo hablar de cuidado de sí entre estas esferas; Gonzalo soto logra dar una apreciación clara del cuidado de sí y se muestra a continuación.

Cuidado de si desde la dietética: entendiendo que la salud deviene de lo que nos alimentamos puesto que el alimento es muestra de la vida que llega a nuestro organismo.

Cuidado de sí desde el alimento: el *Alimonium* es ese sustento para nuestro cuerpo que produce desarrollo, vitalidad aquello que nos da vida se debe respetar, se debe cuidar.

Cuidado de si en la *Aphrodisia*: hay que entender este término como los placeres, los deseos, los sentimientos, los afectos y las pasiones que se albergan en cada uno de nosotros manteniendo el anhelo de existencia y la alegría de mantener la vida sobre la tristeza que puede recaernos

Cuidado de sí desde la estética: esta perspectiva de cuidado nos da el talante de arquitectos de creadores por medio de la *póiesis* que da sentido a la existencia de

cualquier hombre a tal punto de entender las cosas no como un todo ya hecho sino como un algo en constante construcción “desde esta perspectiva, la cultura es el arte del saber cuidar de la vida como obra de arte teniendo siempre presente que yo soy el que aún no soy”

Cuidado de los otros: es probablemente el rostro o ámbito más político que puede tener el cuidado de si en relación con los demás siempre y cuando haya un compromiso humano y digno por el otro “alteridad”; para ello se necesita de un sentido de libertad responsable y una comprensión profunda de las diferencias en relación con los demás para entender que estas no son problemas vanos o sin sentidos sino *pólemos*, conflictos que a su vez se hacen un valiosa oportunidad para fortalecer la cultura.

Cuidado de las cosas: la estrecha relación que tiene el hombre con la naturaleza le permite sentirse bien con lo que le rodee por más simple que parezca; por el contrario un hombre que no muestra claridad en la toma de decisiones y cuyo estilo está supeditado a lo que los demás le digan no sería un claro ejemplo de cuidado de sí hacia las cosas.

## Conclusiones.

Cuidar de cada uno de nosotros es importante porque esto incluye nuestro propio bienestar, pero más importante y valioso es cuando trabajamos por el cuidado del otro, el cuidado de quienes son más vulnerables, como los niños, los ancianos, y los enfermos. La sociedad de consumo occidental en la que vivimos impulsa un sistema de valores, que se concreta en el disfrute material e inmediato, radicalmente distinto al que tradicionalmente han venido sustentando la contemporaneidad:

*"Porque todos los hombres saben muy bien que el don de la vida tiene una dimensión distinta de los valores hoy impuestos por una aberrante sociedad consumista, como la productividad acelerada, el ruidoso montaje técnico, la prisa estresante y las actitudes falsamente igualitarias más propensas a fabricar máquinas que a educar personas" (Anales de H.A.D, nº 133, 2006, 8).*

El proceso de globalización actual propaga a través de la tecnología y los medios electrónicos una cultura de maximización del consumo individual. El hombre moderno es dependiente de los bienes consumibles. La sociedad moderna reduce el proceso de socialización a la exaltación del objeto y transforma el individuo en un espectador. Esta cultura consumista participa al desequilibrio creciente en la relación entre Norte-Sur. La gravedad de los problemas generados a la escala global por el modo de vida consumista en términos social, cultural, ambiental y económico nos invita

a llevar las siguientes preguntas: ¿Hasta qué punto será posible mantener este tipo de relaciones entre humanos? ¿Es deseable ese tipo de desarrollo?

Por esto, la ética en sí misma debe complementarse con la ética del cuidado, que parte de la vivencia de las relaciones y del vínculo con el otro. Una ética que propone la constitución de un sujeto con “atributos éticos”, en contraposición al sujeto que propone el consumo, cuyo accionar moral de este sujeto ético estaría motivado por el afecto, la cercanía y la responsabilidad; lo social y comunitario basado en un paradigma de la responsabilidad, anclado a conceptos como “amor”, “intimidad” y “compromiso”.

La Ética del cuidado tiene que ver con situaciones reales, tan reales como las necesidades ajenas, el deseo de evitar el daño, la circunstancia de ser responsable de otro, tener que proteger, atender a alguien. La moralidad como compromiso deriva precisamente de la certeza de que el bienestar, e incluso la supervivencia de la humanidad, requieren algo más que autonomía, primacía del individuo, reconocimiento de derechos, justicia, etc.

Las actitudes de un sujeto ético deben complementarse con las del cuidado. La “conciencia ética” exige oír la voz del Otro, y con responsabilidad atender sus necesidades. El cuidar es una práctica que está inmersa dentro de la ética: la fidelidad al amigo, la comprensión del maltratado, el respeto a la naturaleza, el confrontar las opciones de vida, el vivir una responsable sexualidad, el apoyo al perseguido, el cuidar de las cosas a las que no se les da sentido como los minerales, el aire o el agua y el cuidar de eso a lo que denominamos trascendente.

El cuidado se propone como responsabilidad social y no mera elección individual aunque parta de esta. Se propone una ética del cuidado como un valor público para la construcción de ciudadanía. El norte del cambio ético que ha de guiarnos será la construcción de una “sociedad del cuidado”. En ella los miembros de la comunidad no sólo deberían gozar de derechos, sino también asumir obligaciones por el bienestar colectivo. El interés por el cuidado de los otros, transformado en valores universales y por tanto esperables y deseables en el comportamiento de ambos géneros, es una premisa ética muy fuerte para la generación de nuevos y mejores modelos de sociedad.

El cuidado exige una atención política, porque como dice Leonardo Boff:

*“El cuidado es esa condición previa que permite la eclosión de la inteligencia y de la amorosidad. Es el orientador anticipado de todo comportamiento para que sea libre y responsable, en fin, típicamente humano. El cuidado es un gesto amoroso con la realidad, gesto que protege y trae serenidad y paz. Sin cuidado nada de lo que está vivo, sobrevive. El cuidado es la fuerza mayor que se opone a la ley suprema de la entropía, el desgaste natural de todas las cosas hasta su muerte térmica, pues todo lo que cuidamos dura mucho más 73.*

Cuidar significa reconocer, activamente, en el otro su dignidad y su diferencia. Significa la actuación desde el pathos y la compasión, y desde la responsabilidad esencial por los otros. La ética del cuidado se fundamenta en la dialéctica

fragilidad/responsabilidad. El cuidado fundamenta un futuro común para la Tierra y para la humanidad y propone: consume con responsabilidad, consume con sentido de igualdad, consume con solidaridad. En esta práctica ética el sujeto está siempre conectado con el otro y con la naturaleza. Es la ética de la responsabilidad por el bien común, en cuanto condición de posibilidad de la vida humana.

De ahí también la importancia de revitalizar la publicidad que está en decadencia, no en sus formas, no en sus alcances, pero si en sus valores esenciales. En estos tiempos donde el hombre está decidiendo como siempre, pero hoy de manera especialmente evidente aspectos importantes sobre cómo llevar su vida, no sólo sobre su desarrollo sino también sobre su supervivencia en el planeta, la magia de la publicidad y su potencia para el desarrollo social ha de ser faro que ilumine formas de percibir, formas de ser, de hacer que nos lleven hacia un mejor estado, al estado de vida que queremos, cargado de una fuerte consciencia por construir sujetos éticos, en armonía con su medio y el respeto por la vida misma.

Dentro de las conclusiones que se deducen está sin lugar a dudas el establecimiento de la relación entre el cuidado de sí y la publicidad que con sus estrategias avoca a las personas hacia una destrucción bastante fuerte.

Se concluye que hay una existencia de consumidores activos bajo experiencias de seducción masiva que afecta a su amor propio; que es urgente desde los colegios, desde el hogar, fortalecer la capacidad crítica, la reflexión y la moderación para así aprender a escoger e identificar las necesidades reales de las necesidades creadas y



de la importancia de la introspección o ensimismamiento como vía para encontrar yo el sentido de mi propia existencia, y poder quizá determinar así qué es para mí la felicidad y afirmarme entonces y sólo entonces como un ser libre.

Además de poder determinar como factor clave que si es posible encontrarnos con consumidores activos que puedan llegar a validar la opción por el cuidado de si como lo hacen los consumidores pasivos siempre y cuando estos entiendan que el consumo no es una opción única como estilo de vida.

En conclusión la ética del cuidado no es más que el mantenerse libre, sano, lleno de vida, pero de una vida tranquila, de servicio y colaboración con los demás, teniendo en cuenta valores, principios y principalmente la presencia de Dios en nuestras vidas.