



IV CUMBRE COOPERATIVA DE LAS AMÉRICAS

Cooperativas: asociatividad para el desarrollo sostenible

14 -18 Noviembre 2016 , Montevideo - Uruguay

COOP
Cooperativas de las Américas
Región de la Alianza
Cooperativa Internacional

Eje 1

PODER, MERCADO, DEMOCRACIA Y DESARROLLO

Crítica a la Ideología de Mercado

Abdiel Rodríguez Reyes

Licenciado en Filosofía y Ética en la Universidad de Panamá. Diplomado en Ciencias Sociales en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Estudios culminados en la Maestría de Estudios Clásicos en la Universidad del País Vasco (España). Miembro del Comité Editorial de Cátedra (Universidad de Panamá) y Analéctica (Red de Esfuerzos para el Desarrollo Social Local, A.C.) México.

Resumen

Ideología de Mercado. ¿Qué es una ideología? Fundamentalismo del mercado. Solidaridad o barbarie. ¿Es posible otra forma de organizarse que no sea en torno al mercado?

1. INTRODUCCIÓN

En este breve artículo voy a tratar sucintamente la contradicción real que surge de estar sometidos a determinadas formas de dominación de las relaciones capitalista. Hay que entender que este sistema (como todo sistema) es totalizador y sistemático, es decir, que está inmerso en todo, en nuestra forma ser, estar y pensar. Esto es así, independientemente si estamos o no de acuerdo con ello.

Esta realidad atenta contra toda forma de organización alternativa social y solidaria. Si no logra acabar con ella, al menos la minimiza. Esto se logra con mayor facilidad si las alternativas están dispersas, enajenadas y sin una planificación estratégica a corto, mediano y largo plazo. Si no se piensa en las líneas de acción, pronto las alternativas serán estranguladas totalmente.

El sistema capitalista no se acaba con una consigna o una pancarta, sino, con organización, condición *sine qua non* para *resistir*. Y, potenciar otra forma de vida. Este resistirse no es equiparable al de una resistencia en una ocupación militar, pero sí lo es, en cuanto poder mantenerse con vida al contrarrestar las andanadas, en este caso, del mercado, que cada vez más deshumaniza. Poniendo en riesgo cualquier posibilidad de sostenibilidad del planeta.

La alusión a lo militar no la hago en función de un plano bélico; pero sirve para ilustrar que el enemigo no acaba el ataque cuando está seguro que puede ganar hasta que su adversario se rinda o quede desarticulado totalmente.

Tel. (506) 2296-0981 • Fax (506) 2231-5842
Correo: aci@aciamericas.coop
Apdo. Postal 6648-1000 San José, Costa Rica

Para inscripciones:
inscripciones@aciamericas.coop
www.aciamericas.coop

Dado que el mercado funciona con la competencia esto se encrucece más. Porqué en una competencia unos pierden y otros ganan, no hay de otra, esa es su lógica. En esta dinámica el espacio para lo social y solidario es prácticamente nulo. Es necesario pensar, debatir y consensuar factiblemente que hacer ante esta vorágine.

2. IDEOLOGÍA DE MERCADO

La sociedad en el siglo XXI se encuentra en medio de diversas crisis; sociales y naturales. Hoy estamos experimentando *cambios acelerados* que no nos permiten ver con detenimiento la realidad. Eso crea en nuestra conciencia un estado de superfluidad; lo cual condiciona nuestra forma de ser, conocer y actuar. En cierta medida vivimos en una sociedad del espectáculo; esto quiere decir que la sociedad se divierte con *pan y circo*. Mientras sus problemas concretos no los atacan de raíz. De fondo está hacernos creer que el mercado es el todo, que es lo único que tiene valor, por eso toda la sociedad se organiza en su entorno. En vista de eso, no le da valor a lo que realmente tiene valor, que es la *vida*. Esta se puede potenciar desde lo social y la solidaridad. Esto, entre otras cosas, es lo que quiere encubrir la ideología de mercado, para proyectar su mito de la competencia perfecta.

2.1 ¿Qué es una ideología?

Una ideología es el “conjunto de ideas fundamental que caracteriza el pensamiento de una persona, colectividad o época.” Esto es razonable; el problema estriba en cuando se le quiere imponer esto a otros. Y, es lo que generalmente ocurre, ese es el papel de la televisión, la radio y las redes sociales que van *in crescendo*. Sin lugar a duda esto troquela a las personas, influye decisivamente en su *psique*.

El otro problema que surge con las ideologías, es que muchas veces encubren la realidad, para evidenciar en lo que creen o les conviene más que todo, ya sea a título personal o colectivo. Es decir, encubren la realidad para develar una mentira que confunde, así como el canto de las sirenas que intentaron confundir a Ulises en la Odisea. Las ideologías están conectadas con lo mítico en su sentido más tosco; y con lo religioso en su sentido más venerable, es decir, algo que no podemos probar que existe pero creemos ciegamente. Esto es muy difícil revertirlo porque somos una sociedad ascética, con ciertas creencias bien inoculadas, que nos cuesta cuestionar.

Entonces, una ideología no es en sí negativa, lo es cuando se instrumentalizar para encubrir algo. Pero precisamente el pensamiento crítico científico del que tienen que echar mano todos los seres humanos debe encarar el carácter encubridor de la ideología. Hoy podríamos afirmar que la ideología más fuerte es la del mercado, haciéndonos ver que es la única forma posible de relacionarnos productivamente. La ideología del mercado es una ideología leonina.

2.2 Fundamentalismo del mercado

El que popularizó *el fundamentalismo de mercado* fue el especulador financiero George Soros (1999). El cual nos sirve para criticar –en esta coyuntura– esta noción. Soros considera que este fundamentalismo atenta contra la sociedad abierta. En otras palabras, el mercado impone sus reglas, las cuales no necesariamente son democráticas.

El fundamentalismo se relaciona a lo religioso, en cuanto a la interpretación literal de los textos bíblicos, sin contextualizar, y la aplicación en la vida de los demás de un determinado ideal ascético. Aquí lo entendemos como una imposición arbitraria que aparenta ser la única posible, por la cual, todos tienen que estar bajo ese canon.

Utilizaremos aquí la crítica de Soros al fundamentalismo del mercado. En la actualidad, “el sistema capitalista global está respaldado por una ideología arraigada en la teoría de la competencia perfecta.” (Soros, 1999:158). Esta ideología es la del mercado que es sinónimo de fundamentalismo de mercado para Soros. Este fundamentalismo se basa en “una cualidad mágica «la mano invisible»” (Soros, 1999:160). Pero, recordamos que en una competencia, aún sea perfecta hay perdedores y ganadores.

Para terminar con la crítica que hace Soros:

“El fundamentalismo del mercado desempeña un papel decisivo en el sistema capitalista global. Proporciona la ideología que no sólo motiva a muchos actores de más éxito sino que también impulsa la política. En su ausencia no tendríamos justificación para hablar de régimen capitalista. Es un proceso múltiple con varias facetas que resultan difíciles de desenmarañar.” (Soros, 1999:160).

Si una persona o un grupo son creyentes a esta ideología no se puede hacer mucho, su fe le indicará que su camino es ganar la competencia a todas cosas, de eso dependerá su éxito. Con este tipo de mentalidad lo que se crea es que unos muy pocos ganen mientras muchos pierdan. Eso en parte, al final de cuentas es un *suicidio colectivo*, que solo tomaremos conciencia plena de ello cuando lo vivimos en carne propia, mientras tanto a seguir ganando en la competencia, siendo exitosos, triunfador y todas esas pantomimas enlatadas que a la larga se diluyeran en el aire.

2.2 Solidaridad o barbarie

Parece que es una constante entre los seres humanos sacar ventaja uno del otro, ya sea subjetivamente o colectivamente. Tenemos que ser realistas, y saber, que con esa conciencia solo nos queda cambiar, ser solidarios, o vivir en la barbarie, parece que otro camino no es posible. Pero ese cambiar no tiene que ser para quedar en lo mismo como la novela *El gatopardo* de Giuseppe Tomasi di Lampedusa. Los cambios efectivos se tienen que planificar a larga duración, pero en la coyuntura la mediana duración en vital, donde el primer paso sería, al menos ser consciente de la realidad que vivimos, que si no somos solidarios sólo nos queda la barbarie.

Sin ser exagerados, el dilema de hoy es solidaridad o barbarie, en todos los escenarios. Quizás esto sea muy abstracto hasta que usted sufra concretamente, sea víctima del fundamentalismo del mercado.

El pensador alemán-costarricense Franz Hinkelammert, identifica tres estrategias que atentan contra los derechos humanos, que son distorsiones del mercado. A- “La apertura tendencialmente ilimitada al capital financiero y a las corrientes de divisas y mercancías.”

Esto naturalmente si no hay una protección a las MYPIMES, se verán afectadas directamente. B- “La reestructuración del estado en la dirección de un estado policial y militar.” Cuentan con el aparato represivo, en el caso de los que se vean afectados quiera protestar. C- “La flexibilización de la fuerza de trabajo que trajo consigo la anulación de los derechos de importancia decisiva (protección frente al despido etc.)” (Hinkelammert, 2015:13). En otras palabras lo que reina es los intereses particulares, la optimización de las ganancias y la eficiencia del mercado.

Mientras unos pocos ganan (1% de la humanidad tiene la riqueza global) el trabajo de todos. Por eso hay que solidarizarse con el otro, subjetivo o colectivo, pero este tiene que tomar consciencia de ello y así expandir más la solidaridad. No es vivir de la solidaridad, sino vivir en solidaridad.

2.3 ¿Es posible otra forma de organizarse que no sea en torno al mercado?

Es muy difícil estar augurando el futuro, es poco científico. Lo que si podemos es hacer un esfuerzo prospectivo. Pero a partir de lo concreto que se está viviendo y con perspectiva histórica, como aleccionadora para las tareas venideras. De lo contrario estamos condenados a cometer los mismos errores, el que fuere.

El mercado es algo omnipresente, está por todas partes. Está presente desde nuestras relaciones interpersonales hasta nuestra forma de estar en el mundo, prácticamente todo es mercancía, es decir, algo que puede ser intercambiado por dinero. Es difícil pensar otra vida sin mercado. Tanto la económica local como global tiene sus raíces en él. Sería un caos total que el mercado y sus instrumentos colapsen.

Como hemos dicho ya, no se puede cambiar para quedar en lo mismo, puede que todo intento solo sea eso, que las leyes de la naturaleza se impongan ante la astucia humana, que el agotamiento de nuestro sistema natural ya es irreversible, ya la huella ecológica demuestra el riesgo de la vida en el planeta. Pero a corto plazo pensar que estamos confundidos por el canto de la sirena del mercado, y que un camino factible es la solidaridad, al menos sería un paso decisivo para no perecer ante la ideología de mercado.

3. CONCLUSIÓN

Estamos antes el desafío histórico de solidarizarnos, de organizarnos o sufrir lo que Franz Hinkelammert llamó el “suicidio colectivo.” No hay escapatoria a este dilema. Las evidencias empíricas muestran el agotamiento social y natural del planeta, lo que pone en riesgo en futuro de la vida humana en el mismo.

Como diría Martí “No hay batalla entre la civilización y la barbarie, sino entre la falsa erudición y la naturaleza.” Esta falsa erudición es como los cantos de las sirenas, tratan de confundir, pero contra la naturaleza poco se puede hacer. Habrá que tomar consciencia de esto, de lo contrario estamos perdidos como humanidad.

Los caminos son tortuosos, llenos de pendientes resbaladizas, pero hay que estar preparado para encararlos, con astucia, pero más importante debe tener claro dónde quiere llegar. Estamos con la espada de Damocles en la cabeza, en cualquier momento puede caer.

Tenemos que estar abiertos a desaprender y aprender colectivamente. El individualismo corroe nuestra capacidad de sociabilidad con los otros. Esto es fundamental a corto, mediano y largo plazo, entre mayor sea la conciencia que se tenga de esto mejor. Eso es lo único que podemos estar totalmente seguros.

Para terminar, quiero proponer al menos una *política* que deberían asumir los espacios organizados, y al menos una *línea de acción* directa, para actuar a corto plazo, evaluar a mediano plazo y ver los resultados a largo plazo. Bien, la ideología del mercado opera en un plano abstracto (psicológico), en la conciencia, lo que condiciona nuestra forma de pensar; pero se manifiesta concretamente en nuestra económica, en los negocios privados y en la gestión pública.

La única forma de contrarrestar esto es por medio de una formación científica que debele el carácter ideológico del mercado, si no se empieza por allí creo que todo será cambiar para quedar en lo mismo, en esa línea sería necesario organizar seminarios permanentes que aborden la cuestión cualitativamente y cuánticamente, para que los participantes puedan tener un juicio objetivo al respecto. Para que no se deje encantar por las sirenas. No se puede anhelar lo que no se conoce.

De lo contrario, lo social, lo solidario y lo sostenible solo será un discurso abstracto, que tendrá los días contados para perecer. Como diría Guillermo Castro (2005) “Un desarrollo sostenible por lo humano que sea.” De lo contrario es barbarie.

BIBLIOGRAFIA

- CASTRO, G., 2005. Un desarrollo sostenible por lo humano que sea. En: C. PARREIRA & H. ALIMONDA, edits. *Políticas Públicas Ambientais Latino-Americanas*. Brasilia: FLACSO, pp. 81-88.
- CONTRERAS, M. Á., 2016. *Crítica a la razón neoliberal. Del liberalismo al posliberalismo*. 1ª ed. Madrid: Akal.
- DUSSEL, E., 2014. *16 tesis de economía política. Interpretación filosófica*. 1ª ed. México: Siglo XXI.
- HINKELAMMERT, F., 2015. *Solidaridad o suicidio colectivo*. 2ª ed. San José: Arlekin.
- MEDIALDEA, B., 2011. (coord.) *Quiénes son los mercados y cómo nos gobiernan. Once respuestas para entender la crisis*. 1ª ed. Barcelona: Icaria.
- NAVARRO, V. & TORRES LÓPEZ, J., 2014. *Los amos del mundo. Las armas del terrorismo financiero*. 1ª ed. Barcelona: Colección Booket.
- PÉREZ SÁINZ, J., 2014. *Mercados y bárbaros. La persistencia de las desigualdades de excedente en América Latina*. 1ª ed. San José: FLACSO.
- ROSA, H., 2016. *Alienación y aceleración: hacia una teoría crítica de la temporalidad en la modernidad tardía*. 1ª ed. Madrid: Katz.
- SOROS, G., 1999. *La crisis del capitalismo. La sociedad abierta en peligro*. 1ª ed. Barcelona: Debate.