

EL CAPITALISMO

PRESENTISMO

¿HACIA UN NUEVO HEDONISMO?

JESÚS IVÁN MORA MURO

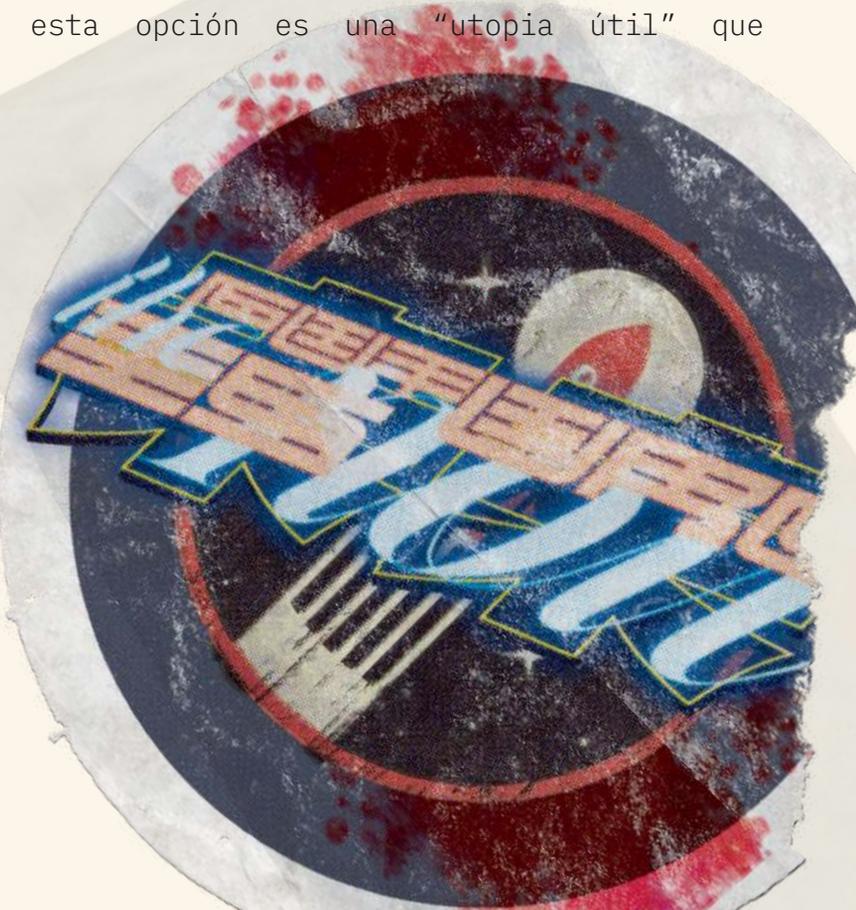


En el presente texto me interesa explorar brevemente tres términos sumamente complejos: **■■■■■■■■■■**, presentismo y hedonismo. Estoy consciente que para la explicación de dichos conceptos (si los vemos desde las fuentes primarias surgidas en el pasado) o categorías de análisis (visualizadas desde el presente como elementos propios del enfoque teórico) sería necesario un amplio y extenso estudio. No obstante, he tomado el riesgo y me he aventurado a lanzar algunas ideas que, espero, puedan propiciar algunas reflexiones en las y los posibles interesados.

Para Emmanuel Wallerstein, en su acepción más simple, el capital es la riqueza acumulada. Sin embargo, en el contexto del inicio del "**■■■■■■■■■■** histórico", entre los siglos XV y XVI, el capital no sólo es la reserva de los bienes de consumo, maquinaria, o derechos autorizados a cosas materiales en forma de dinero, si no que pasó a ser usado (invertido) para que se concretara su autoexpansión o multiplicación exponencial.¹

Desde entonces, mediante estrategias cambiantes, el sistema capitalista ha logrado subsistir, transformándose según las circunstancias. Un estudio fundamental para estudiar las nuevas posibilidades del **■■■■■■■■■■** es el multicitado trabajo de Thomas Piketty, *El capital en el siglo XXI*, que logra, a partir de una perspectiva his-

tórica, analizar la distribución del ingreso y la riqueza desde el siglo XVIII hasta la actualidad. Una de sus preocupaciones centrales es dar respuesta a cómo solventar las grandes desigualdades sociales ante la acumulación del patrimonio (heredado) en unas pocas manos. En este sentido, propone la implementación de nuevas políticas fiscales: un nuevo impuesto mundial sobre el capital que complemente el que ya se efectúa sobre el ingreso, que pudiese moderar la disparidad lacerante que vivimos globalmente. En donde "todas las naciones del mundo se pusieran de acuerdo" para instituir dicho gravamen "a todas las fortunas del planeta" y que se "repartieran armoniosamente los ingresos entre los países". Como el mismo autor lo menciona, esta opción es una "utopía útil" que



22
EUREVISTA.LOCA.03.HÑU

¹ Emmanuel Wallerstein, *El ■■■■■■■■■■ histórico*, México, Siglo XXI, 2003 [1983]

difícilmente se concretará a corto plazo pero que permite pensar posibilidades.² De esta manera, como lo requieren los tiempos actuales, se han abandonado casi del todo las esperanzas de que la propiedad privada sea abolida, y en su lugar han aparecido nuevas posibilidades de amainar sus efectos negativos.

Uno de los evidentes cambios que detecto en relación a las dinámicas del **■■■■■■■■■■** actual y la manera en la que impactan en la vida cotidiana de las personas, es la multiplicación de los discursos, que se distribuyen en una amplia gama de soportes escritos, sonoros y visuales, en los que se insiste en la necesidad imperiosa de disfrutar el hoy, de vivir el momento sin preocuparse por el mañana. Es claro que, ante el derrumbamiento de la expectativa de futuro fundada por la modernidad, en donde la idea de progreso era la dominante, hoy en día, por lo menos desde la perspectiva del mundo occidental, desconfiamos que el provenir sea luminoso y prometedor.³

Para François Hartog desde hace tiempo vivimos un “veloz ascenso” del presente como categoría dominante: del llamado presentismo. Sin duda, a diferencia del budismo y otras espiritualidades orientales que ven en la vivencia del aquí y el ahora la vía para acceder a la esencia del ser, la exaltación del presente en el mundo actual ha sido por razones netamente mercantiles: para incentivar el consumismo indiscriminado y sin freno.

**“Si lo deseas
adquiérello HOY, no
hay MAÑANA”,**

podría ser el slogan de una multiplicidad de marcas y productos que aparecen día a día en los espacios públicos y privados.

En este sentido, considero que estamos ante un nuevo tipo de hedonismo que domina los discursos y las prácticas. Para Nicola Abagnano, el término hedonismo se aplica tanto a la búsqueda indiscriminada del placer como el único bien posible y, por lo tanto, como el fundamento de la vida moral. El hedonismo se distingue del utilitarismo del siglo XVIII porque éste último propone que la búsqueda del placer debe beneficiar al máximo número de personas (como utilidad

social), y no en el placer individual.⁴

Sin duda, este individualismo es una de las marcas distintivas de las sociedades modernas. Pero en la actualidad, al diluirse la idea de futuro, la exaltación del placer ha tomado nuevos derroteros. En mi opinión, este nuevo hedonismo no sólo aparece en los espacios más evidentes: en la industria de la moda, en las prácticas y discursos de los *influencers* de diferentes tendencias, en los *malls* y agencias de viajes que prometen vivir al máximo los placeres de la existencia, si no que aflora también en el *Mindfulness*, 



² Thomas Piketty, *El capital en el siglo XXI*, México, Fondo de Cultura Económica, 2015 [2013], pp. 574-604

³ Para el estudio de la expectativa moderna de futuro, primordialmente para el periodo de 1650-1750, véase Reinhart Koselleck, *Futuro pasado. Para una semántica de los tiempos históricos*, Barcelona, Paidós, 1993

⁴ Nicola Abagnano, *Diccionario de Filosofía*, México, Fondo de Cultura Económica, 2004, p. 541



creencia supuestamente cercana a las técnicas espirituales de oriente, que tiene como objetivo lograr una atención plena del hoy. En internet circula una multiplicidad de información al respecto. Sólo como ejemplo, transcribiré algunas ideas y definiciones:

No podríamos vivir sin la capacidad de estar en el presente: es lo que nos permite recordar a dónde estamos yendo mientras caminamos, aun cuando durante el trayecto nos hayamos perdido en miles de pensamientos. Sin Mindfulness sería imposible poder observar y reconocer la propia experiencia y vivir en este mundo [...] La atención plena nos ayuda a recuperar nuestro equilibrio interno, atendiendo de forma integral a los aspectos de la persona, cuerpo, mente y espíritu.⁵

Como se puede apreciar, este tipo de organizaciones tiene como objetivo primordial el bienestar del individuo desde una mirada espiritual. Sin embargo, como regularmente ocurre, los intereses comerciales terminan dominando los discursos y las prácticas que en un primer momento se presentaban como una oposición, como una resistencia al egoísmo mercantil. Baste recordar cómo se ha comercializado la imagen de Che Guevara a nivel global.

En pláticas con amigos, y en algunas reuniones sociales, me he enterado que empresas del sector empresarial en general contratan los servicios de *coaching* que, entre otras técnicas de liderazgo, implementan el *Mindfulness* para propiciar en sus empleados mejores resultados y una alta productividad, y, por consiguiente, multiplicar las ganancias. El individualismo se ha renovado. En suma, como ya se advirtió, el sistema capitalista encuentra sus medios de sobrevivencia, de readaptación.

⁵ <https://www.mindfulness-salud.org/mindfulness/que-es-mindfulness/> (consultada el 30 de mayo del 2022).