ENCONTRAR A DIOS EN UNA SOCIEDAD CONSUMISTA.

"El mundo tiene recursos suficientes para satisfacer las necesidades de todos los hombres pero no su codicia»
(Mahatma Gandhi)

1.- Planteamiento de la cuestión.

A muchos de nuestros conciudadanos, las diatribas de la Iglesia contra el consumismo no dejan de parecerles cantinelas aburridas y cuando no hipócritas, que recuerdan a las que en el pasado se producían con respecto al ejercicio de la sexualidad. Por esto, no estará de más iniciar estas líneas intentado eliminar algunos
Algunos malentendidos que se encuentran sumamente extendidos entre nosotros:.

a) Jesús *no fue un asceta.* No predicó la renuncia completa a los bienes ni como ejercicio de autocontrol y desapego ni como manifestación de algún tipo de excelencia espiritual. A pesar de que en la historia del cristianismo los comportamientos ascéticos hayan tenido un enorme reconocimiento, poco hay en los testimonios evangélicos que nos invite a proyectar en Jesús estas actitudes. De Él sabemos que era capaz de disfrutar con alegría de los placeres normales de la vida, hasta el punto de que fue públicamente acusado de ser «comilón y borracho, amigo de la gentuza y de los pecadores» (Mt 11,19), al tiempo que el comportamiento de sus seguidores era también cuestionado por los discípulos de Juan: "¿por qué nosotros y los fariseos ayunamos, y tus discípulos no ayunan?"
b) *Jesús no fue un moralista de la austeridad.* No impuso a sus seguidores el rechazo de la satisfacción de las necesidades materiales básicas como exigencia derivada de la existencia de la pobreza. Y eso que, indudablemente, Jesús se mostró libre ante la riqueza, muy sensible, a las necesidades materiales de los pobres y profundamente crítico con los ricos. Sin embargo, el radicalismo ético se encuentra más próximo a la enseñanza de Juan Bautista, que a la de Jesús, empeñado más bien en anunciar la alegría del Reino de Dios. Resulta muy significativo al respecto el conocido relato de la unción en Betania: «Estando Jesús en Betania, comiendo en casa de Simón el leproso, llegó una mujer con un frasco como de mármol, lleno de un perfume muy caro, de nardo puro; lo quebró y derramó el perfume sobre la cabeza de Jesús. Algunos, indignados, se decían entre sí: "¿A qué viene este derroche de perfume, se podía haber vendido en más de trescientas monedas de plata para ayudar a los pobres". Y la reprendían. Pero Jesús dijo: "Dejadla en paz; ¿por qué la molestáis? Es una buena obra la que ha hecho conmigo"» (Mc 14,3-6).
c) *Jesús, en principio, percibe los bienes y su abundancia como regalo de Dios y signo de la llegada del Reino,* como lo muestran especialmente las narraciones de los banquetes que compartía con los discípulos, los pobres y los pecadores, y en los que todos (no sólo algunos) podían saciar el hambre (Lc 9,10-17). Por otra parte, Jesús, con realismo, no deja de reconocer la existencia e importancia de las necesidades materiales, aunque las sitúa en un plano decididamente subordinado al de la salvación: «¿Por qué, pues, tanto preocuparos por o que vais a comer o beber o por lo que vais a vestir? De esas cosas se preocupan los que no conocen a Dios. Pero vuestro Padre *sabe que necesitáis todo eso.* Por lo tanto, buscad primero el Reino y todo lo bueno que éste supone, y esas cosas vendrán por añadidura» (Mt 6,31-33).
d) Y, con todo, parece claro que *Jesús no fue un consumista.* Toda su vida estuvo caracterizada por la sencillez, la sobriedad, la desinstalación y el desprendimiento. Su predicación fue en la misma línea. Recordemos, a modo de ejemplo, algunas sentencias evangélicas que, por su centralidad, no dejan lugar a duda con respecto a este tema: «No

sólo de pan vive el hombre, sino de toda palabra que sale de la boca de Dios» (Mt 3,4); «Bienaventurados los pobres, porque vuestro es el Reino de Dios» (Lc 6,20); «Sólo te falta una cosa: anda, vende todo lo que tienes, dalo a los pobres, y así tendrás un tesoro en el cielo; después ven y sígueme» (Mc 10,21). «Lo sembrado entre espinas es la persona que oye la palabra, pero las preocupaciones materiales y la ceguera propia de la riqueza ahogan la palabra, y no puede producir fruto» (Mt 13,22). Afirmaciones que implican, en definitiva, que el bienestar económico, utilizando una terminología actual, no debe tomarse como absoluto y que, de hecho, puede llegar a constituir una dificultad para el acceso al Reino.

Establecidos estos sencillos principios, intentaremos a continuación dar respuesta a la problemática que da título al artículo, profundizando en el significado existencial del consumismo y en las oportunidades y peligros que presenta para el posible encuentro del ser humano con el Dios que anunció Jesús de Nazaret.

2. La vida como supermercado: consumo y consumismo

El consumo es una realidad natural en los seres humanos. Las personas intentan dar respuesta a las mismas a través de la obtención de bienes y servicios. Lo llamativo de la época actual no es el consumo, sino su enorme crecimiento y, al mismo tiempo, la no menos impresionante desigualdad con que los distintos sectores de la población mundial pueden acceder al mismo.

Si la incidencia del nivel y distribución del consumo sobre las condiciones para alcanzar una convivencia humana justa y armónica son incalculables, no lo son menos sus efectos negativos sobre el medio ambiente. Algunas estimaciones señalan que, para que los más de 6.000 millones de personas que habitamos la Tierra pudieran vivir como lo hace el español medio, serían necesarios los recursos de dos planetas como el nuestro.

No nos enfrentamos a un fenómeno casual. En la fase actual del capitalismo, tan necesario es poder producir una creciente gama de artículos más, menos o nada necesarios, como lograr que éstos se terminen vendiendo y generando los consiguientes beneficios que permitan, a su vez, reproducir el ciclo de producción y consumo. De ahí que el sistema económico tenga la necesidad de promover en nuestra sociedad una hiperestimulación interesada de los deseos. Pero añadamos enseguida que no se impulsa cualquier tipo de deseo, sino aquellos que originan una demanda de los productos que el mercado puede ofrecer.

Es obvio que el consumismo se enraíza en la amplia capacidad de consumo que el desarrollo ha hecho posible para la mayoría de los habitantes de los países ricos. Y, sin embargo, en sentido estricto, consumista no es aquel individuo que consume muchos artículos, sino aquel que concibe y orienta su existencia desde la perspectiva del bienestar, utilizando todos los recursos y energías disponibles para satisfacer este objetivo. Se trata, pues, de una «filosofía de la vida», de una opción existencial que, cuando se radicaliza, constituye una verdadera enfermedad del espíritu.

3. El consumismo como «religión» dominante.

Si, siguiendo a Lutero, pensamos que «donde está tu corazón, allí está tu Dios», el consumismo puede considerarse el sucedáneo de religión con más éxito en nuestras latitudes. Desarrollemos, brevemente, esta suposición:

a) *La actitud consumista no afecta sólo al plano económico.* Ciertamente, implica una determinada forma de relacionarnos con las cosas (en clave utilitaria), pero también puede afectar a la manera de tratar a las personas (que son así instrumentalizadas en favor de nuestros proyectos) e incluso a Dios mismo (a quien pondremos a nuestro servicio). No

faltan personas muy espirtuales para quienes la religión y sus diversas prácticas no dejan de ser objetos de consumo con los que intentan saciar, eso sí, sus deseos más sublimes. Quíenes adoptan esta actitud se encuentran, en el fondo, en las antípodas de la experiencia propia de la fe cristiana en lo que esta tiene de descentramiento y apertura al amor de Dios Padre y al amor de los hermanos.

b) *El consumismo actual posee una función, una estructura y un conjunto de mediaciones cuasi-religiosos.* La meta del poseer y disfrutar (doctrina) se convierte en horizonte que orienta y motiva el esfuerzo de cada día (ética), porque, Coca-Cola no vende un refresco sin más sino «la chispa de la vida». Los fíeles acuden a su compra semanal (verdadero precepto) o del «últímo domingo de mes» a las nuevas catedrales de los centros comerciales, que viven su mayor apogeo con ocasión de las grandes fiestas de «comunión obligatoria»: Navidades y Reyes, días de1 padre, de la madre o e los enamorados, vacaciones de verano, etc. (liturgia). Sin contar la masiva presencia de los nuevos iconos publicitarios y televisivos o el nuevo santoral de ídolos del deporte, la canción o la «jet-set». El consumo genera una sensación de orientación y pertenencia (como las iglesias). De ahí la experiencia de exclusión social aguda que padecen aquellos que no pueden sentarse a la mesa de su salvación.

c) Algo verdaderamente digno de ser resaltado es que *el consumismo penetra en nosotros de forma solapada.* No se asume como resultado de un proceso racional de elección, sino por la vía de la seducción semi- inconsciente. Y hemos de reconocer la belleza, el ingenio y el atractivo que emanan de las campañas publicitarias que, de mil maneras, van captando suavemente nuestra voluntad.

d) *El consumismo introduce al sujeto en un círculo cerrado.* Para muchos de nuestros conciudadanos el proyecto de vida es sencillo: emplear la mayoría de su tiempo y energías en trabajar para obtener los ingresos con que poder disfrutar de unos periodos programados de ocio y consumo crecientes, en los que se gasta lo anteriormente ganado y se recuperan las fuerzas para volver a iniciar el trabajo. En ese ciclo perfecto, las grandes preguntas de la vida nunca llegan a plantearse, y los problemas de la comunidad humana tampoco encuentran tiempo y espacio para ser asumidos.

e) A partir de la experiencia común de los psicólogos, de los maestros espirituales y aun de la gente sencilla, podemos afirmar que, a pesar de su popularidad, *el,consumismo resulta ser, finalmente, una estafa*. No puede conceder lo que promete, porque sitúa al ser humano en un sendero equivocado: e1 de la realización personal, por medio de la posesión y el disfrute. A la postre, e1 consumismo insaciable abre un pozo sin fondo, que no logra llenar el vacío humano ni proporciona la seguridad esperada, por más que se incremente el nivel de vida. Al mismo tiempo, incapacita a la persona para aventurarse por el camino que lleva a la dicha y que, según la paradójica enseñanza de Jesús, consiste en entregar la vida «a fondo perdido», porque ya ha sido colmada por el amor de Dios, que, nos salva y nos sitúa en la dinámica de dos enormes «herejías culturales»: la gratuidad y el compartir.

4. Aprender a discernir cristianamente el consumismo: ¿sólo Dios sobra?

Volviendo al inicio del documento, podemos afirmar que la privación, en sí misma, no tiene nada de positivo desde un punto de vista cristiano. Es mas, la psicología actual nos recuerda que, durante el proceso de crecimiento personal, tan perjudicial resulta dejar sin respuesta una necesidad básica (que genera una fijación obsesiva en la carencia) como obcecarse en alcanzar su satisfacción completa, lo que impide la apertura a nuevos horizontes.

En nuestro caso, tan nefasto resulta no poder acceder a un nivel de consumo que permita llevar una vida humana digna como empeñarse en aumentar sin límite nuestro bienestar

material, olvidando algo tan elemental como que «la vida es mucho más que alimento, y el cuerpo mucho más que el vestido» (Mt 6,25).

Desde la perspectiva de la tradición bíblica, el consumismo constituye una actitud equivocada ante la vida que implica un triple desajuste ante la realidad:

a) En primer lugar, representa un desvarío ante Dios, por atribuir un valor absoluto y capacidad de salvación a los bienes materiales, que aún siendo obviamente necesarios, no pasan de ser medios para vivir y no fines en sí, mismos.
b) En segundo término, el consumismo supone un *desvarío ante el hermano,* por cuanto la persecución del máximo nivel de vida de las naciones más ricas se realiza a costa de la mayor parte de la humanidad, que padece condiciones de pobreza indignantes.
c) El ideal consumista implica, por último, un *desvarío ante la creación,* que, en lugar de ser cuidada y llevada a su plenitud según el mandato del Génesis, pasa a ser objeto de una actitud depredadora que amenaza los equilibrios ecológicos básicos y la misma subsistencia del planeta

Para recuperar la cordura, el Evangelio nos proporciona algunos criterios que constituyen un verdadero programa de «calidad de vida». El relato de Mateo nos recuerda que «donde está tu tesoro, allí está tu corazón» (Mt 6,21), y es precisamente el Reino el tesoro que, «por la alegría que genera, hace que merezca la pena venderlo todo» (Mt 13,44). Por eso, es en el corazón donde se comprueba que «no es posible servir a Dios y al dinero» (Mt 6,24), porque cada «Señor» conduce a la persona por caminos opuestos: el de la donación o el del autocentramiento. Y, a este respecto, tampoco cabe aplicar aquí la propiedad conmutativa; el orden de los factores (Dios y dinero) sí altera el producto.

La respuesta evangélica al dilema es conocida: «Buscad primero el reino de Dios y su justicia, y todo lo demás se os dará por añadidura" (Mt 6,33). El problema está, pues, en confundir lo «primero» con las «añadiduras».

Cuando la conversión logra este milagro, se produce el saneamiento liberador de las relaciones distorsionadas, y la orientación fundamental de la vida pasa de la posesión a la entrega. Se produce entonces una «revolución cultural» que pone las cosas en su sitio:

a) La persona, al reconocer que sólo Dios puede salvar, pasa de la esclavitud generada por los reclamos del bienestar material a la libertad sobre las cosas que le permite disfrutar con agradecimiento de ellas.
b) Entonces es posible adoptar, por solidaridad y no por masoquismo, el criterio de la moderacion ante el consumo, como actitud necesaria para vivir según una feliz y conocida fórmula:vivir más sencillamente para que otros puedan, sencillamente, vivir.
c) El cambio de mentalidad que hace posible la fe genera también una nueva actitud de la persona ante la naturaleza. Somos jardineros del mundo, no sus saqueadores.

Nadie dice que este cambio de actitudes sea fácil en nuestro contexto cultural. Requerirá, como es lógico, un largo proceso o itinerario personal. Javier López, miembro del «Movimiento Internacional de Reconciliación», ha ofrecido en alguna ocasión una interesante propuesta para educarnos en el consumo responsable que contempla cuatro etapas:

a) Al principio todos somos *incompetentes inconscientes,* porque no sabemos ni lo que consumimos ni qué repercusiones tiene ese patrón de consumo.

b) Por eso es importante pasar a ser *incompetentes conscientes*, gracias al análisis (realista, pero no obsesivo) de lo que realmente consumimos y su porqué.
c) El tercer reto consiste en llegar a ser *competentes conscientes*, modífícando nuestras pautas de consumo desde la perspectiva de la solidaridad.
d) La meta sería llegar a ser *competentes inconscientes*, porque una manera de consumir humanizadora se hubiera convertido en hábito connatural en nosotros.

En definitiva, hablando con precisión, la posición del Evangelio ante el consumo podría resumirse en tres afirmaciones:

a) Que los pobres superen su pobreza y puedan cubrir dignamente sus necesidades, forma parte inequívoca de los signos del Reino.
b) La actitud acumuladora y la que pone la confianza de la vida en el bienestar material constituyen dos de las mayores barreras para acceder al Reino.
c) Jesús invita a sus discípulos a testimoniar el señorío de Dios y el valor de la fraternidad viviendo austera, agradecida y generosamente ante los bienes.

5. Dios en el último estante: ¿es posible la gracia barata?

Vamos a ocuparnos, finalmente, de la pregunta clave que planteábamos al principio: ¿cómo encontrar a Dios en una sociedad consumista? Sobre la necesidad de conversión de quienes formamos parte de la Iglesia, ya hemos argumentado en el epígrafe anterior. Apuntemos ahora algunas pistas con respecto a la presentación de la Buena Nolticia para quienes se encuentran alejados de la fe.

Si la hipótesis del consumismo como sucedáneo de salvación fuera cierta, las posibilidades de encontrar a Dios para quienes están sometidos al consumo compulsivo serían escasas, lo que sintoniza perfectamente con las palabras de Jesús sobre la dificultad que tienen los ricos para entrar en la dinámica del Reino.

Utilizando una metáfora comercial, podríamos afirmar que el Evangelio es hoy un «producto» de enorme calidad (los creyentes diríamos, con San Agustín, que el único producto capaz de saciar la sed de nuestro corazón), pero que en la actualidad no presenta una apariencia atractiva (algo decisivo para la cultura audiovisual) y que, sobre todo, tiene un, precio exorbitante: la entrega de la propia vida. De ahí que se encuentre colocado en el último estante, lejos del alcance de la Mayoría de los compradores que prefieren mayoritariamente ofertas y oportunidades.

El consumismo, como ocurre con cualquier sucedáneo alimenticio, tiene dos efectos destacables de innegable importancia pastoral: quita el hambre y nutre mal. Como el niño aficionado a las chucherias, que no tiene apetito cuando llega la hora de la comida, muchos habitantes de las sociedades desarrolladas rechazan el ménú que la Iglesia quería prepararles y, a veces, obligarles a degustar.

Llegados a este punto, se me ocurren cuatro, situaciones existenciales que pueden abrir caminos de encuentro con el Evangelio, en la sociedad de consumo y que paso a ilustrar en términos dietéticos:

a) La «indigestión» producida por el consumo excesivo de «chucherías» suele ocasionar los conocidos dolores abdominales, que obligan a recapacitar sobre los hábitos alimenticios. Análogamente, en el modo de vida consumista aparecen momentos de crisis en los que

pueden surgir las preguntas, los anhelos y las necesidades habitualmente olvidadas y que obligan al ser humano a confrontarse con la trascendencia.

b) La «malnutrición» consumista puede también dar lugar a una situación personal de vacío, desaliento, desorientación, carencia de fuerzas y vigor. Vivimos en la época de la obesidad y la anorexia, imágenes que podemos aplicar al cuerpo y al espíritu. No son infrecuentes entre nosotros esos sentimientos de debilidad y pérdida de vitalidad, que podrían hacer que algunos se preguntara sino será verdad, quizá, que «no sólo de pan vive el hombre».
c) Los sucedáneos, agradables en un principio para quienes los demandan, acaban aburriendo o saturando a quienes sólo se alimentan de ellos, abriéndoles hacia la búsqueda de artículos de mayor calidad. De hecho, está surgiendo en nuestro entorno una expresa insatisfacción con el género de vida consumista y una actitud de búsqueda que ofrecen una clara oportunidad a la acción evangelizadora.
d) Cabe también, por último, que la Iglesia actúe como las buenas madres que, sin desanimarse, intentan proporcionar a sus hijos la alimentación que consideran más adecuada para conseguir un crecimiento, sano y educan con paciencia los hábitos nutricionales, sabiendo que al principio 1os pequeños prefieren otros productos, pero que, a la postre, también la buena dieta proporciona un vigor y un placer superiores.

Se trata, como es lógico de oportunidades adecuadas para proponer le Evangelio, no de situaciones que desemboquen necesariamente en un acceso a la fe. En cualquier caso, me parece que la labor iniciadora de la Iglesia a la experiencia cristiana en la sociedad de consumo sólo será posible, si se cumplen dos requisitos: que no se empeñe en dar de comer a quienes ya se encuentran satisfechos (quienes hemos tenido niños sabemos que eso solo ocasiona vómitos) y que manifieste en toda su existencia que sólo el «agua del Señor» y el «pan de Vida» son capaces de otorgar a cada persona la dicha y la plenitud que la mayoría busca persiguiendo un alto nivel de bienestar.

6. Una forma paradójica de felicidad.

En último término la vivencia cristiana del consumo y la denuncia profética del consumismo únicamente pueden ser enunciadas con credibilidad por quienes, viviendo de una forma sencilla, se encuentran luchando con los pobres y contra su pobreza, sintiéndose al mismo tiempo enriquecidos por el amor de Dios y por la experiencia de la solidaridad. Por ello, querría terminar esta reflexión acudiendo a un relatos de Teresa de Calcuta que con la fuerza del testimonio y del símbolo pueden ayudarnos a comprender cómo podemos situar el consumo en la órbita del Evangelio y animarnos a sintonizar en ella.

«Una noche, un hombre vino a nuestra casa para decirme que una familia hindú con ocho hijos llevaba varios días sin probar bocado. No tenían nada que comer. Tomé una porción suficiente de arroz y me fui a su casa. Pude ver sus caras de hambre, a los niños con los ojos desencajados. Difícilmente hubiera podido imaginar visión más impresionante. La madre tomó el arroz de mis manos, lo dividió en dos mitades y se fue. Cuando, unos instantes después, estuvo de regreso, le pregunté: "¿A dónde ha ido? ¿Qué ha hecho”. Y me contestó: "También ellos tienen hambre". "Ellos" eran la familia de al lado: una familia musulmana con el mismo número de hijos que alimentar y que también carecían por completo de comida. Aquella madre estaba al tanto de la situación. Tuvo el coraje y el amor de compartir su escasa porción de arroz con otros. A pesar de las condiciones en que se encontraba, creo que se sintió muy feliz de compartir con sus vecinos algo de lo que yo le había llevado. Para no privarla de su felicidad, aquella noche no le llevé más arroz. Lo hice al día siguiente»`.