

LECTURA DE ETICA Y PSICOANÁLISIS: ERICH FROMM
Fondo de Cultura Económica
Capítulo VI: La naturaleza humana y el carácter

Antes de analizar la personalidad debe estudiarse la “situación humana”. La psicología debe basarse en un concepto antropológico- filosófico de la existencia humana.

En el hombre, a diferencia de los animales, es manifiesta la ausencia relativa de una regulación instintiva en el proceso de adaptación al mundo exterior. Frente a condiciones cambiantes, el animal se adapta o perece. El hombre, en cambio, modifica las condiciones ambientales. Su vulnerabilidad instintiva es compensada por su capacidad de aprender, por su cerebro. Este, dota al hombre de nuevas cualidades:

- ✓ La advertencia de sí mismo como una entidad separada.
- ✓ Su capacidad para recordar el pasado, vislumbrar el futuro, y denotar objetos y acciones por medio de símbolos,
- ✓ Su razón para concebir y comprender el mundo.
- ✓ Su imaginación que lo lleva más allá de sus sentidos.

Captándose a sí mismo se da cuenta de su impotencia y de las limitaciones de su existencia. Vislumbra su propio fin: la muerte. La razón lo obliga a enfrentar sempiternamente otras dicotomías insolubles:

- ✓ No puede vivir repitiendo los patrones de su especie. Debe vivir su “propia existencia”.
- ✓ No puede vivir como parte de (en armonía con) la naturaleza. La razón lo fuerza a crear y desarrollar un mundo propio en el que pueda sentirse en su propio hogar.
- ✓ Cada etapa que alcanza lo deja inconforme. Esta contradicción inherente lo hace seguir adelante, llenando con respuestas las lagunas de su conocimiento y buscando dar cuenta, ante sí mismo, del significado de su existencia.

Todas estas dicotomías existenciales (entre las cuales la vida y la muerte es la más fundamental) son contradicciones que el hombre no puede anular pero si puede reaccionar ante ellas de diferentes maneras según su carácter y cultura (...)

Una de las cualidades peculiares de la mente humana es que al enfrentarse con una contradicción no puede permanecer pasiva, sino que entra en acción a fin de resolverla. (...) El hombre puede reaccionar a las contradicciones históricas anulándolas por medio de la acción, pero no puede anular –como dijimos- las dicotomías existenciales.

PERSONALIDAD

Entiendo por personalidad la totalidad de las cualidades psíquicas heredadas y adquiridas que son características de un individuo y que hacen al individuo único. La diferencia entre las cualidades heredadas y adquiridas es en general sinónima de las diferencias entre temperamento, dotes y todas las cualidades psíquicas constitucionales, por una parte, y el carácter, por la otra. Mientas que las diferencias en el temperamento no tienen significado ético, las diferencias en el carácter constituyen el verdadero problema de la ética. (...)

A) EL TEMPERAMENTO

No puede dudarse de la importancia que tiene el estudio de la correlación del temperamento con los procesos somáticos, pero será antes necesario distinguir entre carácter y temperamento, debido a que la confusión de ambos conceptos ha obstaculizado tanto el progreso de la caracterología como el del estudio del temperamento.

La confusión entre temperamento y carácter ha tenido serias consecuencias para la teoría ética. Las preferencias con respecto a las diferencias temperamentales son meras cuestiones de gusto subjetivo, pero las diferencias en el carácter son de importancia ética fundamental. (1)

En la aplicación de los conceptos de temperamento de Jung, es decir, el del “introvertido” y el “extravertido” encontramos la misma confusión.

Aquellos que prefieren al extravertido tienden a describir al introvertido como un individuo inhibido y neurótico; y los que prefieren al introvertido describen al extravertido como superficial y carente de perseverancia y profundidad. La falacia consiste en comparar a una persona “buena” de un temperamento con una persona “mala” de otro temperamento, y en atribuir la diferencia en el valor a la diferencia en el temperamento.

(1) Un ejemplo tal vez ayudará a aclarar este punto. Goering y Himmler fueron hombres de distinto temperamento: ciclotímico el primero y esquizotímico el segundo. Así, desde el punto de vista de las preferencias subjetivas, a un individuo que se siente atraído por el temperamento ciclotímico le gustará más Goering que Himmler, y viceversa. Pero desde el punto de vista del carácter los dos tenían una cualidad en común: fueron sádicos ambiciosos. Por tanto, desde un punto de vista ético, igualmente malos. También entre los caracteres productivos se podría preferir subjetivamente un temperamento colérico a uno sanguíneo; pero tales juicios no lo serían acerca del valor respectivo de ambas personas.

B) EL CARÁCTER

B.1) Rasgos de conducta y rasgos de carácter

Los rasgos de conducta se refieren a acciones observables por terceras personas. Así, por ejemplo, el rasgo de conducta “ser valiente”, puede definirse como la conducta dirigida a lograr una meta determinada (aún arriesgando la propia vida, libertad o comodidad).

Sin embargo (consciente o inconscientemente) tales rasgos de conducta pueden encerrar varios y diferentes rasgos de carácter. La conducta valiente puede ser motivada por la ambición (para satisfacer la necesidad de admiración); por impulsos de suicidio (asociados al deseo inconsciente de auto-aniquilación); por pura falta de imaginación (porque la persona no se da cuenta del peligro); o por devoción a una idea o un fin por los cuales la persona actúa; una motivación que convencionalmente se considera la base del valor.

Las diferencias en la motivación producen sutiles diferencias en conductas que tienen rasgos similares. (Un oficial en batalla se conducirá de un modo completamente diverso en situaciones diferentes si su valor es motivado por su devoción a una idea o por la ambición. Un soldado valiente motivado por la ambición se comportará con valentía si su valor puede ser premiado. Si es valiente por devoción a una causa, en cambio, su valor tendrá influencia en su conducta, sea o no premiada.

El concepto de motivación inconsciente de Freud se encuentra muy relacionado con su teoría de la naturaleza conativa de los rasgos de carácter. Freud reconoció que el modo de obrar, de sentir y de pensar de una persona lo determina en gran parte la especificidad de su carácter y no es ni aproximadamente el resultado de respuestas racionales a situaciones reales; que “el destino del hombre es su carácter”. Freud reconoció la cualidad dinámica de los rasgos de carácter, y sostuvo que la estructura del carácter de la persona representa una forma particular en la cual la energía está encauzada en el proceso de vivir.

Freud trató de explicar esta naturaleza dinámica de los rasgos de carácter combinando su caracterología con su teoría de la libido. En concordancia con el tipo de pensamiento materialista predominante en las ciencias naturales durante las postrimerías del siglo XIX, que supone que la energía en los fenómenos naturales y psíquicos es una entidad sustancial y no relacional; Freud creyó que el impulso sexual es la fuente de energía del carácter, explicando los rasgos del carácter como sublimaciones de las varias formas de impulso sexual, o como “formaciones de reacción” contra

ellas. Interpretó la naturaleza dinámica de los rasgos de carácter como una expresión de su fuente libidinosa.

El progreso de la teoría psicoanalítica, paralelamente con el progreso de las ciencias naturales y sociales, condujo a un nuevo concepto que no se basó en la idea de un individuo puramente aislado, sino en la relación del hombre con sus semejantes, con la naturaleza y consigo mismo.

La teoría que expondré sigue a Freud en algunos puntos esenciales:

- ✓ En el concepto de que los rasgos del carácter son subyacentes a la conducta y deben deducirse de ésta.
- ✓ Que aunque constituyen fuerzas de las que, a pesar de ser poderosas, la persona puede estar inconsciente.
- ✓ En que la entidad fundamental en el carácter no es el simple rasgo sino la organización total del carácter, de la cual deriva una cantidad de rasgos singulares.

La diferencia fundamental entre la teoría del carácter aquí propuesta y la de Freud es que no se considera como base fundamental del carácter a los varios tipos de organización de la libido, sino a los modos específicos de relación de la persona con el mundo.

B.2) Los modos de relación de la persona con el mundo y el carácter.

El hombre se relaciona con el mundo

1. Adquiriendo y asimilando objetos. (*Proceso de asimilación*)
2. Relacionándose con otras personas y consigo mismo. (*Proceso de socialización*).

El hombre puede adquirir objetos recibéndolos de una fuente exterior o produciéndolos. Pero debe adquirirlos y asimilarlos de algún modo a fin de satisfacer sus necesidades. Del mismo modo, no puede vivir solo y desvinculado de los demás. Debe asociarse con otros para su defensa, el trabajo, la satisfacción sexual, el juego, la crianza de los hijos, la transmisión del conocimiento, y las posesiones materiales.

El hombre se relaciona con otros de varias maneras: puede amar u odiar, puede competir o cooperar, puede edificar un sistema social basado en la igualdad o en la autoridad, en la libertad o en la opresión, pero debe estar relacionado de alguna manera y la forma particular en que lo hace es expresión de su carácter.

Estas orientaciones por las cuales un individuo se relaciona con el mundo constituyen la médula de su carácter. ***Puede definirse el carácter como la forma (relativamente permanente) en que la energía humana es canalizada en los procesos de asimilación y socialización.***

Esta canalización de la energía psíquica tiene una función biológica muy importante. Puesto que las acciones del hombre no se determinan por

patrones instintivos, innatos, la vida sería precaria, en verdad, si el hombre tuviera que tomar una decisión deliberada cada vez que actúa, cada vez que da un paso. (...) Si toda conducta derivase de una decisión deliberada, en la acción ocurriría un número mayor de incongruencias de las que son compatibles con un funcionamiento adecuado. El hombre, de acuerdo con el pensamiento conductista, aprende a reaccionar de un modo semiautomático desarrollando hábitos de acción y de pensamiento que pueden entenderse como reflejos condicionados. Si bien esta opinión es correcta hasta cierto punto, ignora, en cambio, el hecho de que los hábitos y opiniones más profundamente arraigados, que son característicos de una persona y resistentes a ser modificados, nacen de una estructura caracterológica: expresan la forma particular en que la energía ha sido canalizada en la estructura del carácter.

Puede considerarse al sistema caracterológico como el sustituto humano del aparato instintivo del animal. Una vez que la energía ha sido encauzada de cierta manera, la acción se produce como “fiel expresión del carácter”. La persona puede (así) acomodar su vida de una manera que esté ajustada a su carácter, creando un cierto grado de compatibilidad entre la situación interna y la externa. El carácter tiene, además, una función selectiva con respecto a las ideas y los valores de la persona. Puesto que a la mayoría de la gente le parece que sus ideas son independientes de sus emociones y deseos, y que son el resultado de deducciones lógicas, siente que su actitud hacia el mundo es confirmada por sus ideales y sus juicios cuando, en realidad, esas ideas y esos juicios son el resultado de su carácter, tanto como lo son sus acciones. Esta confirmación, a su vez, tiende a estabilizar su estructura caracterológica, ya que permite que estas últimas parezcan justas y sensatas.

No sólo tiene el carácter la función de permitir al individuo obrar consistente y “razonablemente”; es también la base para su ajuste a la sociedad. El carácter del niño es modelado por el carácter de sus padres, en respuesta al cual se desarrolla. Los padres y sus métodos de disciplina son determinados, a su vez, por la estructura social de su cultura. La familia término medio es la “agencia psíquica” de la sociedad y al adaptarse el niño a su familia adquiere el carácter que después lo adaptará a las tareas que en la vida social. El niño adquiere aquel carácter que le hace desear hacer lo que debe hacer, y cuyo núcleo comparte con la mayoría de los miembros de la misma cultura o clase social. El hecho de que la mayoría de los miembros de una clase social o de una cultura compartan elementos significativos del carácter y que pueda hablarse de un “carácter social” representativo del núcleo de la estructura caracterológica común a la mayoría de los individuos de una cultura dada, demuestra hasta que grado los patrones sociales y culturales forman al carácter.

Pero debemos distinguir del carácter social, el carácter individual, en el cual una persona se diferencia de otras dentro de la misma cultura. Estas diferencias se deben en parte a las diferencias en la personalidad de los padres y a las diferencias en las personalidades psíquicas y materiales del ambiente social específico en el cual se desarrolla el niño. Pero también son debidas a las diferencias constitucionales de cada individuo, particularmente las del temperamento. Genéticamente, la formación del carácter individual se determina por el efecto de las experiencias vitales – las del individuo y aquellas que derivan de la cultura – sobre el temperamento y la constitución física. El ambiente jamás es el mismo para dos individuos, pues la diferencia en la constitución física les hace experimentar el mismo ambiente de una manera más o menos diferente. Los simples hábitos de acción y de pensamiento, que se desarrollan como resultado de la conformación del individuo con el patrón de la cultura y que no radican en su carácter, son fácilmente modificables bajo la influencia de nuevos patrones sociales. Si, por otra parte, la conducta de una persona radica en su carácter, está cargada de energía y solamente se modifica si se produce un cambio fundamental en el carácter de la persona.

C) TIPOS DE CARÁCTER

En el análisis siguiente se diferencian las orientaciones improductivas de la orientación productiva. Debe tomarse en cuenta que estos conceptos constituyen “tipos ideales” y no descripciones del carácter de un individuo particular. (...) El carácter de una persona dada es generalmente una combinación de todas o algunas de estas orientaciones, aunque una es siempre la que predomina.

C.1) Las orientaciones improductivas

1) La orientación receptiva

En la orientación receptiva, la persona siente que “la fuente de todo bien” se halla en el exterior y cree que la única manera de lograr lo que desea- ya sea algo material, sea afecto, amor, conocimiento o placer- es recibéndolo de esa fuente externa. El problema del amor consiste, en esta orientación, casi exclusivamente en ser amado y no en amar. (...) El ser amado es una experiencia tan sobrecogedora para ellos que se “prendan” de cualquiera que les ofrezca amor o algo que parezca ser amor.

Su orientación es la misma en la esfera del pensamiento: consiste en recibir y no en producir ideas; si se ven abandonados a sí mismos, se sienten paralizados. Es característico de estas personas que su primer pensamiento sea encontrar a alguien que pueda proporcionarles la información

necesaria, antes que hacer el menor esfuerzo por sí mismos. (...) Están siempre en busca de algún “auxiliar mágico”. Como necesitan de muchas manos para sentirse seguras, deben ser leales a numerosas personas (...) y la parálisis de sus facultades críticas resultante aumenta constantemente a su grado de dependencia a otros.

Este estado de desamparo es de singular importancia en relación con aquellas acciones que por su misma naturaleza sólo pueden ser ejecutadas por el individuo mismo: tomar decisiones y asumir responsabilidades.

2) La orientación explotadora

Tal como la receptiva tiene como premisa básica el sentir que cualquier cosa que uno desea obtener ha de ser buscada afuera, y que el individuo no puede producir nada por sí mismo. La diferencia entre ambas orientaciones consiste en que el tipo explotador no espera recibir cosas de los demás en calidad de dádivas, sino quitándoselas por medio de la violencia o la astucia.

Tal clase de personas no tiende a producir ideas, sino a hurtarlas. (...) Aquellos objetos que pueden sustraer a otros les parecen siempre mejores que cualquier cosa producida por ellos mismos. (...) “Aman” a quienes explícita o implícitamente son objetos susceptibles de explotación y se “hartan” de personas a las que ya han exprimido.

Su actitud está coloreada por una mezcla de hostilidad y manipulación. Toda persona representa para ellos un objeto de explotación y es juzgada de acuerdo con su utilidad.

3) La orientación acumulativa

Esta orientación hace que la persona tenga poca fe en cualquier cosa nueva que pueda obtener del mundo exterior, su seguridad se basa en la acumulación y en el ahorro, en tanto que cualquier gasto se interpreta como una amenaza. Los individuos que corresponden a esta orientación se rodean a sí mismos de un muro protector y su fin principal es introducir todo lo que pueden en su posición fortificada y permitir que salga de ella lo menos posible. Su avaricia se refiere tanto al dinero y a otros objetos materiales como a los sentimientos y pensamientos. El amor es para ellos esencialmente una posesión; no dan amor sino tratan de lograrlo poseyendo al “amado”. La persona acumulativa muestra a menudo una singular clase de lealtad hacia la gente y también hacia los recuerdos. Su sentimentalismo les hace sentir que todo pasado fue mejor. Son estériles e incapaces de pensar productivamente.

La intimidad constituye una amenaza en su relación con los semejantes; el mantenerse distanciado de una persona o la posesión de ella significa

seguridad. El individuo del tipo acumulativo tiende a ser suspicaz y a poseer un singular sentido de justicia, el cual podría ser expresado por: “Lo mío es mío y lo tuyo es tuyo”.

4) La orientación mercantil

Con el objeto de comprender su naturaleza, debe considerarse la función económica del mercado en la sociedad actual, no solo como algo análogo a esta orientación de carácter, sino como la base y la condición principal para su desarrollo en el hombre moderno. (...)

El concepto mercantil del valor, el énfasis puesto en el valor de cambio más bien que en el valor de utilidad, ha conducido a un concepto similar de valor con respecto a las personas y en particular al valor de uno mismo.

Llamo orientación mercantil a la orientación del carácter que esta arraigada en el experimentarse a uno mismo como una mercancía, y al valor propio como un valor de cambio. En nuestro tiempo, la orientación mercantil se ha desarrollado rápida y juntamente con el desarrollo de un nuevo mercado, el “mercado de la personalidad”. Empleados y vendedores, hombres de negocios y médicos, abogados y artistas, todos aparecen en este mercado. Si bien es cierto que difieren en cuanto a sus respectivas situaciones, todos dependen, para lograr su éxito material, de una aceptación personal por parte de aquellos que necesitan de sus servicios o les dan empleo.

El principio de la evaluación es el mismo en el mercado de las mercancías que en el mercado de la personalidad; en uno se ofrecen personalidades a la venta; en el otro mercancías. El valor es en ambos casos el valor de cambio, para el cual el valor de utilidad es una condición necesaria pero no suficiente.

Aunque la proporción entre la habilidad y las cualidades humanas, por un lado, y la “personalidad”, por el otro, como requisitos para el éxito varía, el “factor personalidad” tiene siempre un papel decisivo. El “éxito” depende en grado sumo de cuán bien una persona logre venderse en el mercado, de cuán bien pueda introducir su personalidad, de la clase de “envoltura” que tenga, y de sus antecedentes.

El hecho de que para tener éxito no baste poseer la destreza y los instrumentos necesarios para desempeñar una tarea determinada, sino que además sea preciso “imponer” la propia personalidad, en competencia con muchos otros individuos, modela la actitud hacia uno mismo.

La autoestimación estaría en proporción con la propia capacidad, es decir, con el propio valor de utilidad; pero como el éxito depende en alto grado de cómo vende uno su propia personalidad, uno se experimenta a sí mismo como una mercancía, o más bien, simultáneamente, como el vendedor y la mercancía en venta. La persona no se preocupa tanto por su vida y felicidad como por ser “vendible”.

Como una “cartera”, se debe estar “de moda” en el mercado de la personalidad, y para estar de moda debe saberse que clase de personalidad es la de mayor demanda. Este conocimiento se transmite de manera general a través de todo el proceso de la educación. (...) Se enfatizan únicamente ciertas cualidades generales, como la adaptabilidad, la ambición y la sensibilidad para reconocer las esperanzas cambiantes de otras personas. (...)

En vista de que el hombre se experimenta a sí mismo como vendedor y al mismo tiempo como mercancía, su autoestimación depende de condiciones fuera de su control. Si tiene éxito es valioso, si no lo tiene carece de valor. El grado de seguridad resultante de esta orientación difícilmente puede ser sobreestimado.

Pero el problema no es únicamente el de la autovaloración y la autoestima, sino el de la experiencia de sí mismo como una entidad independiente; el de la identidad de uno consigo mismo. El individuo maduro y productivo deriva su sentimiento de identidad del experimentarse a sí mismo como el agente que es uno con sus poderes; este sentimiento de identidad puede expresarse brevemente con la frase: “Soy lo que hago”.

En la orientación mercantil el hombre experimenta sus propias capacidades como mercancías enajenadas de él. No se siente identificado con ellas, sino que están ocultas para él, porque lo que importa no es su autorrealización en el proceso de hacer uso de ellas, sino su éxito en el proceso de venderlas. Tanto sus poderes como lo que estos crean se vuelven algo ajeno, diferente a él, algo que otros deben juzgar y utilizar. De esta manera su sentimiento de identidad se vuelve tan inestable como su autoestimación; está constituido por la suma total de los papeles que uno puede desempeñar. “Soy como tu me deseas”.

Tal como a uno mismo se experimenta a los demás como mercancías: tampoco los demás se muestran a sí mismos, sino tan solo su parte cotizable.

Su individualidad, aquello que les es peculiar y único, es algo carente de valor y, de hecho, un lastre.

(...) No obstante, el mercado origina una clase de camaradería *sui generis*. Todo el mundo se ve envuelto en la misma batalla de competencia.

Comparte los mismos esfuerzos para lograr el éxito. (...) Todos saben como se sienten los demás porque cada cual se encuentra en la misma situación: solo, con miedo al fracaso y ansioso por agradar (...)

El saber mismo se transforma en mercancía. Aquí también el hombre es enajenado e su propio poder; el pensamiento y el conocimiento se experimentan como instrumentos para el logro de resultados positivos.

(...) La meta del aprendizaje es recoger la máxima información posible con el objeto principal de que sea de utilidad para la actuación en el mercado.

(...) Por doquier vemos hoy un entusiasmo ferviente por adquirir

conocimientos y educación, pero a la vez también una actitud de escepticismo y desdén hacia el supuesto pensamiento impráctico y falta de utilidad (...)

La variabilidad misma de las actitudes es la única cualidad permanente. En esta orientación se desarrollan aquellas cualidades que pueden venderse mejor. (...) Lo que este hombre vende en el mercado de la personalidad es su habilidad de saber interpretar el papel que le corresponde; a nadie importa la clase de persona que se esconda tras ese papel.

La premisa de la orientación mercantil es la “vacuidad”, la ausencia de cualquier cualidad específica que no pueda ser sustituida, ya que todo rasgo persistente de carácter estaría expuesto a entrar en conflicto algún día, con las exigencias del mercado. (...) La personalidad mercantil debe estar libre, libre de toda individualidad.

C.2) Orientación caracterológica y estructura social

Las orientaciones de carácter que han sido descritas hasta aquí no están tan separadas una de otra como podría entenderse a través de este bosquejo. La orientación receptiva, por ejemplo, puede predominar en una persona, pero se encuentra comúnmente mezclada con alguna o con todas las demás orientaciones. (...) Todas las orientaciones forman parte de la dotación humana y, el predominio de cualquier orientación específica depende en gran parte de las peculiaridades de la cultura en que vive el individuo.

Quiero sugerir aquí una hipótesis acerca de las condiciones sociales que originan el predominio de cualquiera de estos cuatro tipos improductivos.

La importancia del estudio de la correlación entre la orientación caracterológica y la estructura social no estriba únicamente en que nos ayude a comprender algunas de las causas más significativas de la formación del carácter, sino también en el hecho de que las orientaciones específicas – cuando son comunes a la mayoría de los miembros de una cultura o de una clase social- representan poderosas fuerzas emotivas cuyo modo de obrar debemos conocer a fin de comprender el funcionamiento de la sociedad. En vista del énfasis habitual que se pone en el efecto de la cultura sobre la personalidad, quisiera dejar establecido que la relación entre la sociedad y el individuo no debe entenderse simplemente en el sentido de que los patrones culturales y las instituciones sociales ejercen su “influencia” sobre el individuo. La interacción es mucho más profunda; la personalidad total del individuo término medio es modelada por el modo en que se relacionan los individuos entre sí, y está determinada por la estructura socioeconómica y política de la sociedad, a tal grado, que del análisis de un individuo puede deducirse, en principio, la totalidad de la estructura social en que vive.

La orientación receptiva se encuentra con frecuencia en aquellas sociedades en las cuales el derecho de un grupo a explotar a otro está firmemente establecido. Como el grupo explotado no tiene el poder de cambiar su situación – o tal vez ni siquiera concibe tal idea- tenderá a considerar a sus amos como sus proveedores, como aquellos de quienes se recibe todo lo que la vida puede dar. No importa cuán poco reciba el esclavo, siente que por medio de su propio esfuerzo hubiera logrado aún menos, puesto que la estructura de su sociedad le inculca el hecho de que es incapaz de organizarla y de depender de su propia razón y actividad. Parece, a primera vista, que la actitud receptiva se halla del todo ausente en la cultura norteamericana. Toda nuestra cultura, sus ideas y sus costumbres son opuestas a la orientación receptiva y enfatizan en cambio el precepto de que cada uno debe cuidarse y ser responsable de sí mismo y que debe emplear su propia iniciativa si es que quiere lograr algo. Aunque la orientación receptiva no es estimulada, tampoco puede decirse que falte por completo. La necesidad de conformarse y de agradar, que ha sido comentada en las páginas precedentes, conduce a un sentimiento de desamparo que es la raíz de la sutil receptividad del hombre moderno. Se manifiesta particularmente en la actitud hacia el “experto” y la opinión pública. Los individuos esperan que en cada terreno de las distintas actividades haya un experto que puede decirles como son las cosas y cómo deben hacerse, y todo lo que deben hacer es escucharlo y tomar sus ideas. (...)

El carácter explotador, con su lema “tomo lo que necesito”, se remonta a nuestros antepasados feudales y piratas, y se extiende a los aventureros del siglo XX que explotaron los recursos naturales del continente. Los capitalistas “parias” y “aventureros”, para usar los términos de Max Weber, que recorrían las tierras en busca de fortuna, son individuos de esa estampa; hombres cuya mira era comprar barato y vender caro y que persiguieron incansablemente el poder y la riqueza. El mercado libre, tal como funcionó en los siglos XVIII y XIX bajo condiciones de competencia, engendró este tipo. Nuestra propia era ha presenciado un resurgimiento de este modo franco de explotación en los sistemas autoritarios que han intentado explotar los recursos humanos y naturales, no tanto de sus propios países, sino más bien de cualquier otro país lo suficientemente débil para poder ser invadido. Proclamaron el derecho de la fuerza y lo racionalizaron sosteniendo que por ley natural sobrevive el más fuerte; el amor y la decencia fueron signos de debilidad, y pensar, ocupación de cobardes y degenerados. (...)

La orientación acumulativa existió al lado de la orientación explotadora en los siglos XVIII y XIX.

La propiedad fue, para el tipo acumulativo, un símbolo de sí mismo y la protección de esta un valor supremo. Esta orientación le proporcionó abundante seguridad; la posesión de bienes y familia, protegidos como estaban por las condiciones relativamente estables del siglo XIX, constituyeron para él un mundo seguro y manejable. La ética puritana, al considerar el trabajo y al éxito pruebas evidentes de virtud, apoyó ese sentimiento de seguridad y tendió a dar a la vida un significado y un sentido religioso de plenitud.

(...)

La orientación mercantil, en cambio, no proviene de los siglos XVIII y XIX; es definitivamente un producto moderno. Sólo recientemente la envoltura, la etiqueta y la marca se han vuelto importantes, tanto en las personas como en las mercancías. El evangelio del trabajo pierde peso y el evangelio de la venta adquiere supremacía.

C.3) LA ORIENTACION PRODUCTIVA

El siglo XX se distingue por la falta de visiones y utopías sobre como deben ser el hombre bueno y la sociedad buena. Esta ausencia ha tenido el efecto de paralizar la fe del hombre en sí mismo y en su futuro.

Freud nos ha dado un espléndido análisis del carácter neurótico, pero el carácter de la personalidad normal, madura y sana, ha sido apenas considerado.

(...) Intentaré ir más allá investigando la naturaleza del carácter plenamente desarrollado que es la meta del desarrollo humano y simultáneamente el ideal de la Ética Humanista. (...)

La orientación productiva de la personalidad se refiere a una actitud fundamental, a un modo de *relacionarse* en todos los campos de la experiencia humana. Incluye las respuestas mentales, emocionales y sensoriales hacia otros, hacia uno mismo y hacia las cosas. Productividad es la capacidad del hombre para emplear sus fuerzas y realizar sus potencialidades congénitas. Si decimos que “él” debe emplear “sus” fuerzas, implicamos que debe ser libre y no dependiente de alguien que controla sus poderes. Implicamos, además, que es guiado por la razón, puesto que únicamente puede hacer uso de sus poderes si sabe lo que son, cómo usarlos y para qué usarlos. Productividad significa que se experimenta a sí mismo como la personificación de sus poderes y como su “actor”; que se siente uno con sus facultades y al mismo tiempo que estas no están enmascaradas y enajenadas de él.

¿Qué cosas no significa la palabra “productividad”?

- ✓ Se la suele asociar con *creatividad*. El verdadero artista es el más convincente representante de la productividad. Pero una persona puede

experimentar, ver, sentir y pensar productivamente sin tener el don de crear algo visible o comunicable.

- ✓ Se confunde también productividad con “estar activo”, con “actividad”. Pero en el uso moderno actividad suele ser lo contrario de productividad. Suele definirse a una persona “activa” como aquella que muestra conductas que originan un cambio en una situación existente por medio de un gasto de energía. Este concepto que solo toma en cuenta el gasto de energía y el cambio ocasionado por él no establece distinción entre las condiciones psíquicas subyacentes que gobiernan las actividades. (Un caso de actividad improductiva es el de la persona hipnotizada, donde el actor no es el hipnotizado sino el hipnotizador). Otro tipo común de actividad improductiva es la reacción frente a la ansiedad, o –también– la actividad basada en la sumisión o dependencia de una autoridad. Otro ejemplo es la actividad del autómatas que actúa por emanaciones de una autoridad anónima (como la opinión pública, las normas sociales, el sentido común o la “ciencia”). La persona siente o hace lo que supone que debe sentir o hacer. También entre las fuentes más poderosas de la actividad están las pasiones irracionales. Aunque la fuente de estas actividades sea irracional y las personas actuantes no sean ni libres ni racionales, pueden, no obstante, producir importantes resultados prácticos.

Con el concepto de “productividad” no nos referimos a la actividad que necesariamente produce resultados prácticos, sino a una actitud, a un modo de reacción y de orientación hacia el mundo y hacia sí mismo en el proceso de vivir. Lo que nos interesa es el carácter del hombre, no su éxito. (...) La productividad es la realización de las potencialidades del hombre que le son características; el uso de sus poderes. (...) La capacidad de hacer uso productivo de sus poderes es la potencia del hombre, la incapacidad es su impotencia. Con su poder racional puede atravesar la superficie de los fenómenos y comprender su esencia. Con su poder de amar puede traspasar el muro que separa a una persona de otra. Con su poder de imaginación puede concebir cosas que aún no existen; puede planear y de esa manera comenzar a crear.

Cuando carece de potencia, la forma de relación del hombre con el mundo se pervierte, convirtiéndose en un deseo de dominar, de ejercer poder sobre otros como si fueran cosas. El dominio está ligado a la muerte, la potencia a la vida.

¿Como se relaciona el hombre con el mundo cuando usa sus poderes en forma productiva?

El mundo exterior puede ser experimentado de dos maneras:

reproductivamente, percibiendo la realidad del mismo modo que una película copia literalmente los objetos fotografiados (aunque aún la simple

percepción reproductiva requiere la participación activa de la mente), y *generativamente*, concibiéndola, vivificándola y re-creando este nuevo material por medio de la actividad espontánea de los propios poderes mentales y emocionales. Si bien, hasta cierto punto, cada individuo reacciona en ambas formas, en cambio, el grado respectivo de cada clase de experiencia difiere ampliamente. (...)

Es muy frecuente en nuestra cultura la atrofia relativa de la capacidad generatriz. Una persona puede ser capaz de reconocer las cosas tal como son (o como su cultura sostiene que son), pero es incapaz de animar o vivificar su percepción desde su interior. Tal persona es el ejemplo típico del perfecto “realista”, quien percibe todo aquello susceptible de ser percibido en los rasgos superficiales del fenómeno, pero que es completamente incapaz de atravesar la superficie y llegar a la esencia, y de visualizar lo que aún no se manifiesta.

Ve los detalles pero no el conjunto; los árboles, pero no el bosque. La realidad es para él tan solo la suma total de lo ya materializado. Esta persona no carece de imaginación, pero su forma de imaginar es calculadora, le permite combinar factores, todos los cuales son conocidos y existentes, e inferir su comportamiento futuro.

Por otra parte, la persona que ha perdido la capacidad de percibir la realidad es un loco. El psicótico construye un mundo interior de realidad en el cual parece tener plena confianza; vive en su propio mundo, y los factores comunes de la realidad, tal como son percibidos por todos los demás, son irreales para él.

Ambos están enfermos. La enfermedad del psicótico que ha perdido el contacto con la realidad es tal que éste no puede funcionar socialmente. La del “realista” lo empobrece en su calidad humana, pues, aunque no esté incapacitado para su actuación social, su visión de la realidad, por carecer de profundidad y perspectiva, se deforma a tal grado que lo hace cometer errores cuando se trata de algo más que de manejar datos inmediatos y metas de corto alcance. El “realismo” parece ser lo opuesto de la insana y, sin embargo, es solamente su complemento.

Lo verdaderamente opuesto tanto al “realismo” como a la locura es la productividad. El ser humano normal es capaz de relacionarse con el mundo simultáneamente, percibiéndolo tal como es y concibiéndolo animado y enriquecido por sus propias facultades.

La presencia de ambas capacidades, la reproductiva y la generatriz, es una condición previa para la productividad, son dos polos opuestos cuya interacción es la fuente dinámica de la productividad. (...)

Hemos discutido la productividad como un modo particular de vinculación con el mundo. Surge ahora el problema de si hay algo que la persona productiva produce, y de ser, así, que es lo que produce. Si bien es cierto que la productividad del hombre puede crear objetos materiales, obras de

arte, y sistemas de pensamiento, el objeto más importante de la productividad es el hombre mismo.

El dar vida a las potencialidades intelectuales y emocionales del hombre, es dar nacimiento a su yo, requiere actividad productiva. Es parte de la tragedia de la situación humana que el desarrollo del yo jamás sea completo; sólo una parte de las potencialidades del hombre son realizadas.

En la parte final del capítulo Fromm sostiene que existen ciertas afinidades entre las distintas formas de orientación en el proceso de asimilación y de socialización, y presenta el siguiente cuadro:

ASIMILACION

SOCIALIZACION

I. Orientación Improductiva:

a) Receptiva	Masoquista	
(Aceptando)	(Lealtad)	
b) Explotadora	Sádica	simbiosis
(Tomando)	(Autoridad)	
c) Acumulativa	Destructiva	
(Conservando)	(Afirmación)	
d) Mercantil	Indiferente	alejamiento
(Intercambiando)	(Equidad)	

II. Orientación Productiva:

Trabajadora	Amando/razonando
-------------------	------------------

Finalmente describe las diferentes clases de combinaciones entre las distintas orientaciones para ilustrar un número infinito de posibilidades de variaciones en la personalidad.