

**En el orden de las cosas, lo primero es dar. En el orden de las personas, lo primero es aceptar.**

Alejandro Fontana, PhD. Profesor del PAD

Ante la complejidad de nuestro vivir, viene bien tener algunas ideas que nos ayuden a decidir. Las decisiones son esenciales en la vida humana: siempre estamos decidiendo, aunque en ocasiones no seamos tan conscientes de sus consecuencias. Por eso, este artículo desarrolla un criterio que puede ayudarnos a distinguir las diferencias entre el plano de las cosas y el plano personal. Al distinguir esas diferencias, entendemos la realidad. Entendiendo la realidad, es más fácil decidir mejor.

Los bienes materiales no existen para poseerlos, sino para darlos. Por eso siempre deben estar en tránsito, en camino de generar otros bienes superiores. La principal característica de lo material es ser medio. Medio para otros bienes mayores: unas veces, otros bienes materiales, y en otras ocasiones, unos bienes espirituales. En este sentido, un reloj es un medio para dar un bien mayor: ser puntual, tener orden en el día. Un carro permite obtener otros bienes mayores a él: un ahorro de tiempo, un orden personal; y también la capacidad de apoyar a otras personas: ahorrándoles tiempo, facilitándoles su trabajo. Además un carro también puede ser un medio para la unión familiar: la familia sale el fin de semana y el carro les permite pasar juntos un día divertido. En este caso, la movilidad ha servido para incrementar la unidad familiar que es una riqueza muy grande. Un ejemplo muy superior: la movilidad puede ser medio para el fortalecimiento de la unidad conyugal. Muchos maridos suelen dejar el carro para que lo use su mujer: para llevar los niños al colegio o para que pueda salir con comodidad. En este caso, ese carro se ha convertido en un medio para un bien muy superior: es causa material de unión entre marido y mujer. Y como esta unión es esencial en la naturaleza humana, ha pasado a jugar un rol inigualable.

Hay bienes materiales que tienen la capacidad de personalizarse. Es decir, bienes materiales capaces de expresar la personalidad de quien lo usa. Digo quien lo usa, porque los bienes materiales son siempre medios. Como no hay dos personas iguales, esta capacidad de expresar una personalidad particular, los hace singulares: se vuelven únicos. En este sentido, podríamos decir que hay bienes materiales que van con una personalidad y no con otra. O que una personalidad se expresa mejor en uno que en otro. Esta es la razón de ser de los distintos colores, las distintas formas y diseños que diferencian una posibilidad de otra. Aquella capacidad de expresar una personalidad amplifica la realidad material. Casi se podría decir que la universaliza, la abre a una realidad universal, exclusiva de la persona. Por ejemplo, una señora que manda hacerse un camaleón. La combinación de piedras preciosas, la forma y los metales utilizados, todo ello obedece a una expresión de su personalidad, a una riqueza que es personal. Y esto es una realidad natural, no artificial.

Esta capacidad de los bienes materiales para expresar la personalidad también juega un rol en la vida social. Pero no como una posibilidad, sino como una exigencia. Aunque al hombre le basta cubrirse para protegerse de las inclemencias del frío, la vestimenta cumple un rol más alto en la vida social. La combinación de formas y colores no son una arbitrariedad social, son la expresión de un dominio y de una sensibilidad interior. Por tanto, hay colores, formas y detalles que dibujan una personalidad. Hay vestimentas que desdichan de ella.

Algunos consideran que el caos, la suciedad y el mal olor son expresión de autenticidad. Otros, que la libertad personal permite a un estudiante universitario presentarse en clase en ropa de baño y polo manga cero. El mal olor, la suciedad y el caos no expresan a la persona, la ocultan. La realidad personal es lo más digno de la creación: es lo más sublime, lo más refulgente. Ese conjunto andrajoso expresa en último término una ausencia de virtudes y hábitos en la esencia del sujeto. Y una esencia sin virtudes ni hábitos oculta la realidad personal. En consecuencia, no es expresión de autenticidad, sino todo lo contrario, esconde lo más auténtico del ser humano: su ser persona. Lo mismo le ocurre al estudiante universitario que piensa que es más libre, porque puede presentarse en clase en ropa de baño y polo manga cero.

Aunque el clima sea caluroso, sobre el bienestar físico siempre está la necesidad de crecer en hábitos y virtudes que le exige al individuo su esencia. Quien es más dependiente del entorno externo en sus elecciones es también el menos recio a la hora de las decisiones. Una característica de estos individuos es su facilidad para la queja: muchas variables externas les afectan, y por tanto, caen con facilidad en un agobio existencial. Agobio que los atormenta, en primer lugar, a ellos; pero también a los que conviven con ellos. Por el contrario, quienes son más capaces de soportar las dificultades externas son más firmes en sus decisiones; más tenaces en la práctica. Y esta actitud es un buen fundamento para quien ambiciona grandes ideales.

De otro lado, la vida social es natural a la persona, y por tanto, fuente de enriquecimiento. Lo esencial de la vida social es la comunicación. Esta comunicación no sólo se hace con palabras y gestos, sino también con los bienes materiales que el individuo dispone. Así como hay palabras que reflejan respeto, admiración, simpatía; también hay formas de vestir que reflejan estas actitudes. La vida social es una realidad natural de un orden superior al material; incluso al del propio bienestar físico. La vida social corresponde al mundo personal: a la relación entre personas; y en esta dimensión, más que en dar, lo primero como ya se ha expuesto al iniciar este artículo es aceptar. Una auténtica aceptación de los demás, lleva a comunicarse con ellos con respeto, con admiración, con simpatía. Por eso, ni el modo de hablar, ni el modo de vestir deben por tanto estar ajenos a esta realidad.

Algunos pueden pensar que estas afirmaciones sólo pueden darse en un medio económicamente pudiente. No cabe duda, que la mayor disposición de medios materiales permite una mayor facilidad de prendas y de su combinación; pero no lo asegura, como lo prueba el mal gusto de muchos grupos pudientes. Supone, sobre todo, una riqueza interior. En el interior de nuestro país, hay aún algunas comunidades andinas donde sus pobladores

llevan una vestimenta colorida perfectamente cuidada. Allí no hay una riqueza material abundante, pero este detalle revela, sin ninguna duda, su riqueza personal. Una riqueza que no se ha perdido a lo largo del tiempo, sino que se ha conservado, a pesar, incluso, de las dificultades económicas por las que estas comunidades han atravesado.

Volviendo al orden de las cosas, en esta dimensión no sólo hay bienes materiales, también los hay inmateriales. Y al igual que los primeros, su razón de ser también es el dar. Pero como son inmateriales, cuando se dan no se agotan. Por tanto, habría que decir que más que entregar, se comparten. Estos bienes son los conocimientos del orden material. Hay dos grandes grupos de este conocimiento: los de la propia experiencia y los del experto. En ocasiones, solemos darle mucha importancia a este segundo: lo vemos como más alturado, más seguro, más firme. Estas cualidades corresponden a este tipo de conocimiento, sin embargo, no hay que despreciar el conocimiento experimentado: aquél que cada persona va adquiriendo con su experiencia de vida. Por ejemplo, un médico no debe despreciar las sugerencias de su paciente: no debe olvidar que quien experimenta la enfermedad es el paciente. Él es quien percibe los cambios de la medicación, quien siente los síntomas, quien mejor puede dar razón de las distintas combinaciones de tratamiento, medicación, clima y una larga enumeración de variables. Muy sabiamente, un gran médico internista enseñaba a sus alumnos que el paciente siempre tiene la razón. Por tanto, un conocimiento experto que desprecie el conocimiento experimentado comete un grave error.

El conocimiento es un bien inmaterial que tenemos para compartirlo. Esa es su razón de ser. Cuando se da, además, se incrementa. No sólo en el número de personas que lo poseen, sino también en profundidad. Quien enseña, quien lo comparte, es quien más aprende: es quien más profundiza. Siempre se abre a detalles aún no descubiertos, tanto en lo que respecta a su divulgación como en la propia cuestión. Por eso, estamos llamados a compartir lo que dominamos. Es una de las mejores formas de alcanzar un dominio mayor. Pero su razón de ser es enriquecer a otros. En el orden de las cosas, lo primero es el dar.

Esta realidad del mundo de las cosas contrasta, sin embargo, con la actitud de muchas personas. Para algunos, los bienes materiales sirven para expresar una imagen. No una personalidad, que sería lo apropiado; sino una imagen que no es propia, pero que se busca que otros la tengan de sí. Hay personas que adquieren un carro para reflejar algo que no son o algo que es incluso contrario a lo real. Por ejemplo, hay quien adquiere un carro lujoso para que sus clientes piensen que cuando va a visitarlos, no le interesa su dinero, cuando realmente es así. En estos casos, se falsea la realidad. Cuando esto sucede, se produce un deterioro en la propia personalidad. Aparecen unos motivos diversos a lo real, y la personalidad pierde su natural transparencia. Ya no se mueve sólo por la verdad, sino por otros motivos que guarda en su intención. Entonces ya no emerge el ser personal en toda su claridad. Y este proceso tiende a ser, lamentablemente, creciente.

Por eso el mundo comercial se equivoca cuando piensa que el incremento de las ventas debe promoverse a través de la promoción de una imagen que no corresponde a lo real. Algunos hablan de aspiraciones internas; otros de promover la autenticidad, lo que cada uno desea ser. En cualquiera de los casos, las situaciones promovidas no reflejan la realidad

de la persona: son más bien imágenes artificiales sin un fundamento real. Por esto mismo, serán imágenes débiles que en lugar de constituir un despliegue objetivo, y por tanto, predecible, aunque creativo y abierto a la universalidad, constituirá un conjunto aleatorio, errático y, en algunos casos, hasta degradante. Al no fundamentarse en la realidad de la persona, aquellas construcciones promovidas por el mundo comercial no tienen un asidero consistente, no responden a exigencias de la persona. No son, por tanto, algo propio, sino ajeno y extraño. Su existencia es temporal y efímera.

En cambio todo lo que se promueva atendiendo a la realidad personal; todo aquello que contribuya a que su esencia sea capaz de expresar la riqueza del ser personal, al permitirle ser su realidad más propia, resultará en una fuente de interés y de atractivo más fácil de predecir, por lo consistente; y será mucho más creativo. Una característica del ser personal es su creatividad.

Este conjunto de reflexiones pueden servir para tener una idea más precisa de la diferencia que se da entre el orden de las cosas y el orden de las personas. Distinguir esta diferencia y sus consecuencias puede servirnos para decidir mejor, y para ayudar a decidir mejor.