

# InterSedes

**Revista Electrónica de las Sedes Regionales de la  
Universidad de Costa Rica**



Adorando al dinero, capitalismo y humanismo. Un análisis a partir de la obra de F.  
Hinkelammert

Giselle Hidalgo – Redondo

InterSedes, N°40. Vol XIX. Agosto Diciembre (2018). ISSN 2215-2458

URL: <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/intersedes>

**DOI:** <https://doi.org/10.15517/isucr.v20i40>

InterSedes Revista Electrónica de las Sedes Regionales, Universidad de Costa Rica, América Central. Correo electrónico: [intersedes@gmail.com](mailto:intersedes@gmail.com)

Director: Dr. Edgar Solano Muñoz, Teléfono: (506) 2511 9402. Correo electrónico: [edgar.solano@ucr.ac.cr](mailto:edgar.solano@ucr.ac.cr)

Editor Técnico: Bach. David Chavarría. Correo-electrónico: [chavarrigd@gmail.com](mailto:chavarrigd@gmail.com)

Montaje de texto: Licda. Margarita Alfaro Bustos. Correo electrónico: [margarita.alfarobustos@gmail.com](mailto:margarita.alfarobustos@gmail.com)

Imagen de carátula: Recinto de Golfito. Lic. Allan Corrales Rodríguez. Correo electrónico: [alan.corralesrodriguez@ucr.ac.cr](mailto:alan.corralesrodriguez@ucr.ac.cr)

## Consejo Editorial Revista InterSedes

Dr. Edgar Solano Muñoz. Director. Sede Guanacaste. Universidad de Costa Rica

M.L Mainor González Calvo. Sede Guanacaste. Universidad de Costa Rica

M.L Neldys Ramírez Vásquez. Sede Guanacaste. Universidad de Costa Rica

Dr. Pedro Rafael Valencia Quintana. Universidad Autónoma de Tlaxcala. Facultad de Agrobiología. México.

M en C.A. Juana Sánchez Alarcón. Universidad Autónoma de Tlaxcala. Facultad de Agrobiología. México.

Mag. Marcelo Pérez Sánchez, Universidad de la República de Uruguay. Uruguay

Maria T. Redmon. Modern Languages & Literatures, Spanish. University of Central Florida.

Dr. Mario Alberto Nájera Espinoza. Universidad de Guadalajara. México.

Ing. Alex Roberto Cabrera Carpio, Mgtr. Universidad Nacional de Loja-Ecuador.

Dr. Leonel Ruiz Miyares. Centro de Lingüística Aplicada (CLA). Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente, Santiago de Cuba. Cuba.

Magíster Bibiana Luz Clara. Profesora e Investigadora de la Universidad FASTA, Mar del Plata. Argentina.

Carlos José Salgado. Profesor del área de mercadeo. Universidad de La Sabana. Colombia.

Daniel Hiernaux-Nicolas. Universidad Autónoma de Querétaro. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. México.

Rodolfo Solano Gómez. Instituto Politécnico Nacional - IPN-Centro Interdisciplinario de Investigación para el Desarrollo Integral Regional Unidad Oaxaca, México.

José Miguel Guzmán Palomino. Universidad de Almería, España.

Dr. José Luis Gómez Olivares. Departamento de Ciencias de la Salud. Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa. México.



Revista Electrónica de las Sedes Regionales de la Universidad de Costa Rica, todos los derechos reservados. Intersedes por [intersedes.ucr.ac.cr/ojs](http://intersedes.ucr.ac.cr/ojs) está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Costa Rica License.

Adorando al dinero, capitalismo y humanismo. Un análisis a partir de la obra de F.  
Hinkelammert

Worshipping money, capitalism and humanism. An analysis based on the work of F.  
Hinkelammert

Giselle Hidalgo - Redondo<sup>1</sup>

Recibido: 20.03.18	Aprobado: 23.11.18
--------------------	--------------------

DOI <https://doi.org/10.15517/isucr.v20i40.35661>

---

Resumen:

Reflexionar sobre la “religión del mercado” desde la posición filosófica del pensador Hinkelammert nos exhorta a meditar como estamos siendo influenciados bajo múltiples premisas insertas en la cultura que nos instruyen creencias sustentadas en lo religioso, lo cual al parecer supone no cuestionarse en lo absoluto, porque está implícita la fe como un intangible que por su naturaleza no se puede comprobar, solo se acepta. Al respecto se amalgama una metáfora en el culto al “mercado” con potestades de conceder de milagros al ser un dador de bienestar omnipresente y equilibrio a los intereses de todos en la sociedad, dándole características de Dios, de “Dios Mercado”, claro está en una realidad que promueve el detrimento de las clases sociales menos favorecidas en el acceso a la producción, distribución y consumo de bienes y servicios. Nos enfrentamos a una realidad en donde es pertinente dimensionar otros pensamientos de liberación social que al parecer son lejanos e imposibles de articular.

Palabras claves: religión, mercado, riqueza, consumismo, explotación

“Adoring Money, Capitalism, and Humanism: An Analysis Based on Hinkelammert’s Work”

Abstract:

A careful analysis of the philosophical construct known as “the religion of the market,” put forward by philosopher and thinker F. Hinkelammert, exhorts us to reflect upon how we are currently influenced by deeply ingrained socio-cultural premises that foster religion-based beliefs, which seem to be absolutely unchallenged, for *faith* is therein embedded and, due to its intangible nature, it cannot be objectively proven but merely accepted. This, in turn, gives rise to a sort of metaphor by which miraculous properties are ascribed to *the market*—being regarded as a ubiquitous source of welfare and balance for society in general. On this account, *the market* is looked up to as a god, the god market, within a reality that promotes the detriment of the less favored social classes in terms of access to the production, distribution, and consumption of goods and services. We are thus confronted with a socioeconomic reality that calls for an urgent analysis of alternative liberating thoughts and ideas which may seemingly be out of reach or impossible to materialize.

Key words: religion, market, wealth, consumerism, exploitation

---

<sup>1</sup> Costarricense. Máster en Administración y Dirección de Empresas con énfasis en Finanzas de la Universidad de Costa Rica. Académica y coordinadora de la Carrera de Bachillerato en Turismo Ecológico y la Licenciatura en Gestión Ecoturística, responsable del proyecto de Trabajo Comunal, “657 El Sur Emprende” de la Universidad de Costa Rica, Recinto de Golfito. Estudiante del programa de Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura de la Universidad de Costa Rica. Email: [giselle.hidalgoredondo@ucr.ac.cr](mailto:giselle.hidalgoredondo@ucr.ac.cr)

## Introducción

Hinkelammert nos exhorta a reflexionar sobre la “religión del mercado”. Para ello, se retoman también algunas posiciones de Smith, Marx, Benjamín y Foucault. Por lo tanto, es prudente abstraerse para tratar de visualizar todos los preceptos sociales que nos han enseñado y re pensar una y otra vez como somos marionetas de lo absurdo. Esto nos coadyuva a visualizarnos ante un espejo que refleja cómo estamos siendo aleccionados a ser una parte del engranaje social que nos sujeta, cosifica y convierte en un objeto de consumo como una naturalización capitalista, como un culto moderno aceptado en principio por todos y que pareciera intervenir en los comportamientos y actitudes de las personas en forma predeterminada.

Ante esto, el mercado igual religión surge como una metáfora, como un todo salvador como un “Dios dinero” que acerca al ser humano a lo divino en la tierra, porque puede comprar instantes de felicidad, materializando así un estado de plenitud espiritual basado en el poder adquisitivo y en la posible explotación de los otros. Aparecen entonces los actos de fe que tienen certeza en lo divino, en la perfección que nos acerca a Dios en su plenitud. Podría inferirse como la construcción de un velo social que nubla la realidad al frisar una verdad que es sustentada en la hegemonía de unos pocos que ejercen el poder ante la minoría. Ante estos contextos nos enfrentamos hoy en día.

## Primera parte: el dinero como medida de valor

En el sistema económico capitalista se desprenden ciertos significantes con fundamento teórico que definen el “mercado”, como una organización compuesta por la propiedad privada (de unos pocos) de los medios de producción, en donde se soluciona por medio de la interrelación de la oferta y la demanda la problemática económica de escasez para satisfacer las necesidades humanas.

Asimismo, Adam Smith en el libro “Una Investigación sobre la Naturaleza y Causas de la Riqueza de las Naciones”, publicado en 1776 analiza los procesos y procedimientos que utilizan los países para crear y acumular riqueza. Al respecto, se plantea un precepto que emerge como metáfora la “mano invisible del mercado” que aparece como un mecanismo natural a partir del ejercicio del beneficio privado que da como resultado un beneficio común de bienestar para todos los participantes. Al respecto, Ana Graue (2009) citando a Adam Smith:

Ahora bien, como cualquier individuo pone todo su empeño en emplear su capital en sostener la industria doméstica y dirigirla a la consecución de un producto que rinde más valor, resulta que cada uno de ellos colabora de una manera necesaria en la obtención del ingreso anual máximo para la sociedad. Ninguno se propone por lo general, promover el interés público, ni sabe hasta qué punto lo promueve. Cuando prefiere la actividad económica de su país a la extranjera, únicamente considera su seguridad, y cuando dirige la primera de tal forma que su producto represente el mayor valor posible, sólo piensa en su ganancia propia; pero en éste, como en otros muchos casos, es conducido por una mano invisible a promover un fin que no entraba en sus intenciones, más no implica mal alguno para la sociedad que tal fin no entre a formar parte de sus propósitos, pues al conseguir su propio interés, promueve el de la sociedad de una manera más efectiva que si esto entrara en sus designios (p. 62).

Es aquí donde se crea una **paradoja capitalista** con dos posiciones que se contraponen, que se sustentan en una creencia generalizada como una verdad no cuestionada: porque en el ejercicio del beneficio propio se genera el beneficio general, aunado a un equilibrio de precio entre la oferta y la demanda al interactuar el mercado sin restricciones. Asimismo, la búsqueda del interés privado resuelve de forma misteriosa el interés público, en ausencia de un fin “*per se*”, ya que en principio no se centra en el beneficio del colectivo, sino que ocurre de manera colateral.

Es aquí donde se plantea cierto misticismo, que se refiere a la “mano invisible del mercado” y su libre albedrío (sin la intervención del estado) para solucionar el problema económico asociado a la insuficiencia de los recursos y la satisfacción de las necesidades humanas. Sin embargo, no existe una relación directa que compruebe dicho beneficio.

Por otra parte, en toda sociedad de mercado se realizan transacciones en libre competencia de oferta y demanda entre los participantes, por lo tanto, se requiere establecer una medida de valor de cambio que es el **dinero**, que definirá en la sociedad el poder de cada persona en la adquisición de bienes y servicios. En palabras de Foucault (2014):

“valer, para el pensamiento clásico, es primero valer algo, ser sustituible por otra cosa en un proceso de cambio. La moneda ha sido inventada, los precios se fijan y se modifican sólo en la medida en que existe este intercambio. Ahora bien, el intercambio no es un fenómeno simple más que en apariencia. En efecto, sólo se cambia por trueque cuando cada uno de los participantes reconoce un valor en lo que el otro posee...” (p. 206).

Las relaciones de intercambio requieren un concepto de valor del objeto de cambio y este se valida a través del reconocimiento de valor que le concede cada uno y el otro. La obtención del beneficio de la riqueza se ve representado por el valor del dinero. Cómo lo señala Hinkelammert (2017) sobre Marx citando a Colón. “¡Cosa maravillosa es el oro! Quién tiene oro es dueño y señor de cuanto apetece, Con oro, hasta se hacen entrar las almas al paraíso”(p. 22). Aquí es el oro como Dios que valida cualquier acto, inclusive comprar la entrada al cielo y le confiere poder sobre los demás y el alcance de todo deseo que se desee satisfacer. Al respecto Smith (1776) en la traducción de Carlos Rodríguez Braun menciona sobre el valor lo siguiente:

“Hay que destacar que la palabra valor tiene dos significados distintos. A veces expresa la utilidad de un objeto en particular, y a veces el poder de compra de otros bienes que confiere la propiedad de dicho objeto. Se puede llamar a lo primero “valor de uso” y a lo segundo “valor de cambio”. Las cosas que tienen gran valor de uso con frecuencia poseen poco o ningún valor de cambio” (p. 39).

De esta manera, los objetos toman un valor que se menciona como “valor de uso” y de cambio”, que cambia la naturaleza en la obtención de los bienes y servicios refiriéndolas al poder adquisitivo de cada individuo y el significado de ese valor que se le confiere para satisfacer sus necesidades materiales.

El consumo que proviene de la remuneración económica que recibe cada sujeto por su trabajo o por el excedente recibido de su producción marca una desigualdad social que se visualiza en la representación

del efecto de su gasto. Igualmente, de la interacción de la oferta y demanda en un mercado, donde la competencia equilibrará el precio (valor) y el colectivo en aparente libertad definirá un “valor” en relación a su percepción de satisfacción.

No obstante sucede en algunas ocasiones que el mercado es intervenido por los oferentes para influenciar los gustos y preferencias de los consumidores, con el fin de incrementar ventas de los bienes y servicios que producen o distribuyen, enfocados con el único propósito de generar su propia riqueza. Por lo tanto, es pertinente la intervención del estado como un fiscalizador del proceso del “libre albedrío del mercado”. Y con esto tratar de alcanzar una economía solidaria en beneficio de todos los participantes del colectivo.

#### Segunda parte: religiosidad del mercado

En una sociedad de mercado se desarrolla una especie de ceguera social que soporta cualquier dilema que atente contra su hegemonía. Se profesan premisas que se sustentan en la creencia del beneficio privado que se refleja en el colectivo, sin ninguna imputación maligna, al contrario como una bendición de bienestar, sobre esta posición del mercado menciona Hinkelammer (2007):

“...Se trata de sostener, que en el mercado hay un automatismo que lleva todas las acciones - a condición de que le mantengan en las leyes del mercado - hacia la realización del interés general. El mercado deja de ser la esfera del egoísmo. Al contrario. El interés propio no es egoísta, sino es portador del interés general, entendido como interés de todos. Imponiéndose al mercado, todos son llevados por sus leyes a comportarse como servidores mutuos...” (p. 90).

Asimismo, todo transcurre en una aparente normalidad que nos agrupa a un suicidio colectivo que se representa en el uso desmedido de los recursos naturales que afecta el equilibrio de la vida del planeta, porque el único propósito que es importante alcanzar es la acumulación de la riqueza en la tierra. Esto apertura una brecha cada vez mayor entre las clases sociales que no permite cuestionar el uso y acceso a los recursos que son aparentemente restringidos para unos y pareciera ser ilimitados para otros.

De esta manera, surge un paradigma que se sustenta en un concepto sagrado de economía de mercado que se ha relacionado con lo religioso y al concepto de Dios y el dinero, como lo menciona la biblia en Deuteronomio 8:18: “...más acuérdate del señor tu Dios, porque él te da poder para hacer riquezas, a fin de confirmar su pacto, el cual juró a tus padres, como en este día...”. La divinidad en la tierra es alcanzada en la magnificencia de la “mano invisible del mercado” dadora de equidad y beneficio privado y público en la satisfacción de las necesidades humanas en un mundo globalizado que se representa en la acumulación de la fortuna.

Al respecto, Hinkelammert (2007) cita a Walter Benjamín que introduce el concepto de religiosidad de mercado al escribir: “...hay que ver en el capitalismo una religión, es decir, el capitalismo sirve esencialmente a la satisfacción de las mismas preocupaciones, suplicios, inquietudes, a las que daban

respuesta antiguamente las llamadas religiones” (p. 107). Hace referencia a suprimir la exculpación de los pecados. La glorificación de la felicidad se alcanza través del dinero, porque genera bienestar y satisfacción de los deseos manifestados en gustos y preferencias que define al sujeto ante los otros en un estatus social que se refleja en su representación económica dentro del colectivo, permitiendo el acceso a consumir ciertos bienes y servicios. Además, en palabras de Giorgio Agamben (2013) reflexionando sobre Benjamín:

El capitalismo es una religión basada enteramente en la fe, una religión cuyos seguidores viven 'sola fide' (sólo por medio de la fe). Y como, según Benjamín, el capitalismo es una religión en la que el culto se ha emancipado de todo objeto y la culpa de todo pecado y, por lo tanto, de toda posible redención, así, desde el punto de vista de la fe, el capitalismo no tiene objeto: cree en el hecho puro de creer, en el puro crédito (*believes in pure belief*), es decir: en el dinero. El capitalismo es, por ello, una religión en la cual la fe –el crédito– ha sustituido a Dios. En otras palabras, en tanto que la forma pura del crédito es dinero, es una religión cuyo dios es el dinero. (p. 3)

Igualmente, se instaura un precepto naturalizado de agenciar una felicidad social que se logra a partir de satisfacer las necesidades materiales que se pueden comprar. Esto propicia un consumismo desenfrenado, casi adictivo que propicia endeudamientos crediticios para alcanzar la gloria en la tierra y ser bendecido en lo material y obtener el reconocimiento de los otros en el colectivo.

Se manifiesta lo que podría señalarse como una creación que inspira al ser humano a buscar alcanzar un estado de perfección de lo material que recae en una especie de “**efigie del gasto**”, representando así una dualidad que se manifiesta para algunos en satisfacción y para otros en frustración. Como se indica en Deuteronomio 30:9-10. “...Entonces el SEÑOR tu Dios te hará prosperar abundantemente en toda la obra de tu mano, en el fruto de tu vientre, en el fruto de tu ganado y en el producto de tu tierra...”. El “mercado” como Dios será el camino a la iluminación en la tierra. Es aquí donde prevalece una medida de valor del ser humano en contraposición con su dinero que nos acuerpa a todos en comunión a competir entre sí y a adoptar una posición depredadora ante los otros para asegurar la riqueza.

Se ha institucionalizado el dinero como valor de cambio y el mercado como religión, el que sea bendecido será próspero y vivirá el cielo en la tierra porque no conocerá límites a los milagros recibidos por su culto al mercado, que aparece como figura de Dios que redime todos los pecados y resuelve cualquier dilema. Aquellos que residan en la pobreza serán estigmatizados por falta de fe. Se desencadenará el odio de ellos hacia los otros y los otros los verán con desdén por ser fracasados.

En palabras de Hinkelammert (2007), “es el Dios que se hizo hombre, por tanto ser humano. Pero es en Jesús el hombre ejemplar. Como el hombre tiene que ser como Dios, es Dios potencialmente, la exigencia humana es ahora, hacerse humano también...” (p.88). Por lo tanto, bajo este pensamiento se concibe al ser humano como Dios y a Dios como humano, esto valida cualquier acto humano, porque sería la Ley de Dios equivalente a la Ley del Ser Humano. Somos entonces divinidad y carne: en un solo cuerpo. Enaltecidos al culto del mercado.

## Conclusiones

Las interrelaciones del mercado son salvaguardadas por las acciones de producir, distribuir y consumir los bienes y servicios, resultado de la utilización de los factores productivos por los agentes económicos. Todo transcurre a nuestro alrededor en una aparente normalidad que nos agrupa a un suicidio colectivo que se representa en el uso desmedido de los recursos naturales que afecta el equilibrio de la vida del planeta tierra, porque lo único que importa es la acumulación de la riqueza.

Asimismo, el capitalismo en su devenir “*laissez faire, laissez passer*”, aunado a estos tiempos de globalización ha evolucionado para ejercer poder para controlar ciertos aspectos en los contextos de los panoramas social, económico, ambiental y cultural de las economías de los países a través de las organizaciones privadas en la producción de bienes y servicios sin medir las consecuencias ambientales.

Es pertinente entonces analizar otras tendencias que surgen en la búsqueda de una solución más equitativa y solidaria. Por lo tanto, es importante mencionar al sociólogo británico Anthony Giddens quién plantea la renovación de una economía social de mercado denominada Tercera Vía como: “... no es el punto medio entre el socialismo a la antigua y la filosofía del libre mercado, sino un llamado a reestructurar las doctrinas de la socialdemocracia para que respondan a la doble revolución de la globalización y de la del conocimiento...”(p.102). Esto como una filosofía política de centro-izquierda que busca la solución de los problemas de los países a través de la justicia social.

Por otra parte en América Latina se puede hacer referencia al movimiento social de la Teología de la Liberación que se remonta a las Comunidades Eclesiales de Base, las reformas del Concilio Vaticano II (1962-1965) y la Conferencia de Medellín (Colombia, 1968). Además, se sustenta en la preferencia por los “pobres” y la justicia social, como lo menciona Silva (2009)

Como lo que busca la opción por los pobres es su liberación, la Teología de la Liberación se vincula inevitable y necesariamente con el contexto en que viven los pobres cuya liberación hay que contribuir a lograr de la manera más eficaz posible; y se vincula también con las ciencias humanas y sociales que permiten, en principio, percibir con más claridad lo que está en juego en ese contexto, ayudando así a encontrar los caminos de una praxis que sea eficazmente transformadora (p.100)

Es pertinente romper con el paradigma del capitalismo depredador y construir nuevas propuestas que se gesten dentro del colectivo y se sustenten en el beneficio común y el respeto por los derechos humanos. Esta búsqueda de una respuesta solidaria asegurará la sobrevivencia del ser humano en el planeta tierra.

## Referencias bibliográficas

Agamben, G. (2013). Walter Benjamín y el capitalismo como religión, S. Seguí (trad.), *Rebelión*.

Recuperado de <http://www.rebellion.org/noticias/2013/5/168119.pdf>

Biblia Paralela. Deuteronomio 8:18. Recuperado de <http://bibliaparalela.com/deuteronomy/8-18.htm>



- Foucault, M. (2014). *Las palabras y las cosas: una arqueología de las ciencias humanas*. Buenos Aires, Argentina: Siglo Veintiuno.
- Graue, A. (2009). *Fundamentos de Economía*. México: Pearson.
- Hinkelammert, F.(2017). *La rebelión neoliberal del mercado y los derechos humanos*. San José, Costa Rica: Arlekin.
- Hinkelammert, F.(2017). *Crítica de la razón mítica: Hacia una crítica de la razón mítica. El laberinto de la modernidad. Materiales para la discusión*. San José, Costa Rica: Arlekin.
- Knowing Jesús. Deuteronomio 30:9-10. Recuperado de <https://bible.knowing-jesus.com/Espa%C3%B1al/topics/Felicidad>
- Silva, S. (2009). La Teología de la Liberación. *Teología y Vida*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32214691008>
- Smith, A. (2015). *La riqueza de las Naciones*. Edición Carlos Rodríguez Braun. Recuperado de <http://www.memoriapoliticademexico.org/Textos/1Independencia/Imag/1776-AS-LRN.pdf>