

Envidia

JESÚS A. TREVIÑO C.



Monterrey, N. L., México, 2002

Envidia

No muere de una vez el envidioso, sino tantas cuantas vive a voces de aplausos el envidiado, compitiendo la perennidad de la fama del uno con la penalidad del otro: es inmortal éste para las glorias y aquél para sus penas. El clarín de la fama, que toca a inmortalidad al uno, publica muerte para el otro. . . .

Gracián, *Oráculo manual y arte de la prudencia*, máxima 162

Preguntas. ¿Es la envidia "pasión," "emoción," "deseo" o "impulso"? ¿Cuáles son los tipos de envidia?, ¿A quién perjudica y qué remedios hay para contrarrestarla?

Objetivo. Presentar una relectura de los autores clásicos que sirva de guía para reconocer, controlar y, de ser posible, sacar provecho de la pasión de la envidia.

Enfoque. Se dirige a la conciencia de los individuos. Sin rodeo alguno, damos por sentado que todo individuo y organización esta propenso a la envidia. La envidia es una pasión que se despierta cuando el deseo de uno provoca el del otro. Pero, por el principio de Hesíodo de "iguales contra iguales," uno no quiere lo que otro lejano en *status* o lugar quiere, sino lo que desea un igual. Por ello, la envidia genera rivalidad entre iguales y da lugar a una lucha recíproca. Esta rivalidad disminuye cuando los rivales canalizan su violencia hacia un tercero, el *chivos expiatorio*. La paz obtenida por medio de un chivo expiatorio, sin embargo, puede ser temporal si no media una valoración ética que controle la envidia entre los iguales. Seguimos dos premisas básicas: (a) el único modo de re-dirigir o atenuar la envidia es aceptarla, tratarla con naturalidad y planear estrategias que minimicen sus posible repercusiones en individuos, grupos, organizaciones y sociedades, y (b) entender y sobrellevar la envidia no solo beneficia al individuo que la padece, sino que también conviene a los que le rodean y a la organización a que pertenece.

Tareas. Analizar cada uno de los tres tipos de envidia que Francis Bacon (1561-1626) identifica en sus *Ensayos*: 1. La envidia a los otros (envidiosos), 2. La envidia de los otros (envidiados) y, 3. La envidia pública como algo distinto de la envidia privada. Siguiendo esta clasificación, primero revisaremos qué es la envidia y la condición de ser envidioso o envidiado. Después examinaremos la envidia pública en la democracia, la publicidad y las empresas. Finalmente veremos qué se puede hacer para atenuar la manifestación pública de esta pasión privada.

Utilidad. Entender y sobrellevar la envidia beneficia a todos. La revisión en este ensayo puede ser de provecho al individuo que sufre la envidia (ya como envidioso, ya como envidiado), al departamento de recursos humanos de la empresa que lidia con sus manifestaciones cotidianas o al líder ciudadano que convoca al cambio social.

RESUMEN. La envidia es un deseo de imitación (o mimético) que se despierta cuando el deseo de uno provoca el del otro. Pero uno no quiere lo que otro lejano en *status* o lugar quiere, sino lo que desea un igual. Por ello, el deseo mimético vehemente genera rivalidad entre iguales y da lugar a una lucha recíproca. Esta rivalidad disminuye cuando los rivales canalizan su violencia hacia un tercero, el *chivos expiatorio*. La paz obtenida por medio de un chivo expiatorio, sin embargo, puede ser temporal si no media una valoración ética que controle la envidia entre los iguales.

En el escrito abordamos las dos situaciones de la envidia, envidiar a ser envidiado, a nivel individual y público. Aunque se manifiesta de manera colectiva, como en los casos de la democracia, las empresas o la publicidad, la lucha contra la envidia es la tarea individual de una persona comparándose con otra. Nadie es tan perfecto como para desconocer este vicio, ni quiere ser es tan perverso como para sucumbir a él. Ya como objeto, ya como sujeto, pocos escapan a la envidia. El escrito señala algunas pistas para reconocerla y entenderla. Presentamos seis puntos que pueden ayudar a frenarla: (1) La primera cosa que debe saber un envidioso es que las personas a las que envidia son tan incompletas como él y que la felicidad absoluta no existe; (2) Resistirse a los primeros síntomas de la envidia, porque no hay enemigo que se retire cuando toma la plaza; (3) La envidia es una tarea personal que no puede curarse con la prédica; (4) Quien controla su propia envidia generalmente no tiene interés en provocar la de los demás; con ello desincentiva la posibilidad de ser envidiado; (5) Un ingrediente importante es mantener una vida satisfactoria para el instinto; y, (6) Aléjese de los envidiosos y, si no puede, resignación.

Sabemos que hemos controlado nuestra envidia cuando nos alegremos por el regocijo de otros. Este es el mejor honor que se puede brindar a (o recibir de) un hermano, un amigo o un colega.

Palabras clave: Envidia privada y pública. Envidioso y envidiado. Envidia en la democracia, las empresas y publicidad. Ostracismo y petalismo. Chivo expiatorio. Actitudes y remedios contra la envidia.

Contenido

I. Presentación

1. La razón opera junto a las pasiones humanas para apoyarlas, no para sustituirlas
2. La envidia es una pasión (*derivada*) a la que todos estamos expuestos
3. Propósito y enfoque

II. Envidioso y envidiado

1. Envidia privada
2. Envidia pública. Manifestación colectiva de una pasión privada
 - (a) Envidia en la democracia
 - Ostracismo y petalismo
 - El chivo expiatorio
 - (b) Envidia en la publicidad
 - (c) Envidia en la empresa

III. Actitud y remedios contra la envidia

1. La primer cosa que debe saber un envidioso
2. Resistirse a los primeros síntomas de la envidia
3. La envidia no puede curarse con la prédica
4. Quien controla su propia envidia no tiene interés en provocar la de los demás
5. Mantener una vida satisfactoria para el instinto
6. "Aléjese de los envidiosos y, si no puede, resignación"
7. Alcances y limitaciones

Bibliografía

Anexos

1. Geometría social de la envidia (envidia y estupidez)
2. Aritmética de la envidia (envidia débil y envidia fuerte)
3. Lecturas recomendadas y comentadas

I. Presentación [5]

1. **La razón opera junto a las pasiones humanas para apoyarlas, no para sustituirlas.** Muchos problemas de las teorías de la organización social o de la empresa se originan en una visión que considera solo el lado racional del hombre. El racionalismo tradicional, en un intento por combatir la pereza intelectual y la solución mágica a los problemas de la vida, se ha excedido al difundir la idea de que únicamente lo racional es digno del hombre. Esta postura reduce la inteligencia al conocimiento racional y descalifica la participación de las emociones en el entendimiento del mundo. No hay que olvidar que la emotividad juega un papel importante en muchos actos cotidianos. Séneca sentencia: "la razón y la pasión no tienen asiento distinto y separado: una y otra son el alma, con tendencia al bien o al mal." Blas Pascal, en sus *Pensamientos*, nos dice, "Conocemos la verdad, no solo por la razón, sino también por el corazón." Para ilustrar la importancia histórica de la pasión, Pascal también nos dice, "Si la nariz de Cleopatra hubiera sido más chata, el rostro de la tierra sería distinto." Sin pasión no hubiera historia, sólo lógica y la historia del mundo parece más bien la autobiografía de un loco (Berlin 1992, 189). Las trabas que un colega pone a otro dentro de una misma organización o el resentimiento hacia ciertos personajes públicos son difícilmente explicables por la razón. En *Del Sentimiento Trágico de la Vida*, Unamuno dice que una eminencia cerebral no está a salvo de padecer una estupidez afectiva; es decir, un hombre puede ser al mismo tiempo maestro del silogismo, pero estúpido del sentimiento y hasta un imbécil moral. Razón y emoción se acomodan una junto a otra al servicio de nuestra vida. Por eso, pese a la gran reputación del racionalismo, no dudamos en ponemos a salvo de la estupidez afectiva o moral de una persona calculadora:

Una especie de espanto instintivo nos aleja de los personajes irreprochables, y como por lo general nos sentimos atraídos unos hacia otros por nuestras debilidades comunes, no nos inspira simpatía quien no tiene debilidades, y nos contentamos con respetar la perfección desde lejos. (Boissier 1986, 109)

Cuando finalmente la razón técnica reconoce que el hombre no solo es un animal racional sino también un animal emotivo, generalmente lo hace desde una postura puritana (o purista): no concede la posibilidad de que razón y emoción ocurran al mismo tiempo, sino una a la vez. Aunque las teorías racionales reconozcan la importancia de las pasiones y abandonen la tozudez

de colocar a los sentimientos en segundo plano, todavía queda por resolver si una emoción es superior a otra o si la elección en la que intervienen las emociones es la mejor (Elster 1996). Para el propósito de este ensayo basta con reconocer que las emociones apoyan nuestra racionalidad al escoger entre distintas opciones.

2. La envidia es una pasión (*derivada*) a la que todos estamos expuestos. Un repaso crítico a los párrafos anteriores muestra el uso indistinto de "pasión," "emoción," "deseo" e "impulso." Una revisión de los textos filosóficos y psicológicos muestra que la intercambiabilidad de estas palabras se debe a la gran diversidad de las emociones y no a una confusión en los términos de referencia (Hansberg 1996). Una forma de abordar esta diversidad es distinguir las *emociones básicas o primarias* (temor, enojo, sorpresa, disgusto), que pueden reconocerse universalmente, de las *emociones derivadas* (envidia, resentimiento, orgullo), que varían con la cultura y las características individuales (Ekman y Friesen 1975). Considerando que la envidia es un *sufrimiento* que depende de la cultura y el individuo, nos parece apropiado referirla como una *pasión derivada*. Todos estamos expuestos a esta pasión. Nadie es tan perfecto que desconozca este vicio ni quiere ser tan ruin como para rendirse a él. Aunque puede distinguirse la envidia pública de la envidia privada como lo hizo Francis Bacon en el siglo XVII, la lucha final contra esta pasión es siempre un asunto personal que debe resolver un hombre cuando se compara con otro.

3. Propósito y enfoque. El objetivo de este ensayo es presentar una revisión de lecturas que sirva de guía para reconocer, controlar y sacar provecho de la pasión de la envidia. En nuestro enfoque, sin rodeo alguno, damos por sentado que todo individuo y organización esta propenso a la envidia, al deseo que en uno despierta el deseo del otro. Seguimos dos premisas básicas: (a) el único modo de re-dirigir o atenuar la envidia es aceptarla, tratarla con naturalidad y planear estrategias que minimicen sus posible repercusiones en individuos, grupos, organizaciones y sociedades, y (b) entender y sobrellevar la envidia no solo beneficia al individuo que la padece, sino que también conviene a los que le rodean y la organización a que pertenece. Este enfoque se dirige a la conciencia de los individuos. Evita proponer o elaborar tipologías de las pasiones que se manifiestan en los individuos y las organizaciones. La taxonomía de las pasiones propician el

juicio a los demás, "Nos dejan ver la paja en el ojo ajeno pero no en el propio." También evitamos caer en el discurso vacío de los "motivadores" profesionales o *preachers* que, como la novela rosa, entretienen pero no forman. Como muchos medicamentos, la "prédica del motivador" solo es un paliativo que termina por reconfortar al virus. Es decir, el discurso motivacional no es formativo, no mueve ideas ni genera la autorreflexión sobre el sentido de la vida; en el mejor de los casos, solo alterara las manifestaciones pasionales del individuo y le permitirá adoptar formas más sutiles de encubrimiento.

II. Envidioso y envidiado [5]

El cinco de julio de 1997, los principales diarios de México reportaron que, en una exposición de José Luis Cuevas en el museo que lleva su nombre, Bertha Cuevas,¹ esposa del pintor, denunció ante el Presidente del país:

Nunca dejamos de padecer a los envidiosos y mezquinos. Tal es el caso de algunos humildes genios de *El Colegio Nacional* y *la Academia de las Artes*, que no han considerado hasta el día de hoy que José Luis Cuevas ingrese a esa sociedad por falta de méritos.

“La envidia de los demás” que refiere en su discurso la señora Cuevas es uno de los tres tipos de envidia que Francis Bacon (1561-1626) considera conveniente analizar en sus *Ensayos*: 1. La envidia a los otros (envidiosos), 2. La envidia de los otros (envidiados) y, 3. La envidia pública como algo distinto de la envidia privada. Siguiendo esta clasificación, primero revisaremos qué es la envidia y la condición de ser envidioso o envidiado antes de analizar la envidia pública. Luego veremos qué se puede hacer para atenuar esta pasión que tanto molestó en vida a la esposa del pintor.

1. Envidia privada

El hombre totalmente indiferente a las pasiones será el único que sea absolutamente indiferente a su prójimo. Al respecto, Mandeville (1997, 88) decía que “nadie es tan salvaje que no pueda alguno vez sentir compasión, ni ninguno de tan buen natural que nunca lo afecte un placer malicioso.” Hay que aceptar que las pasiones son la nota constante en la vida del hombre (el miedo, la envidia, la sensación del pecado, el desprecio de si mismo y la vanidad). La envidia es un mal universal que va desde el regocijo por los males de otro hasta actos horribles de mutilación y asesinato.

Si nos avergüenza recordar o reconocer ser o haber sido envidioso, Aristóteles nos refresca la memoria (*Retórica*, Libro II, Capítulo 10):

1. El envidioso sufre por lo que él disfrutaría si estuviera en la posición de la otra persona.

¹ La señora Cuevas murió de leucemia el 9 de mayo de 2000.

2. Sentimos envidia hacia nuestros iguales; no con la idea de obtener algo sino porque otra gente lo tiene. Podemos sentirla si tenemos, o pensamos que tenemos, iguales (en nacimiento, relación, edad, disposición o riqueza).
3. Sentimos envidia, aún con la fortuna de nuestro lado, si pensamos que alguien toma algo que nos pertenece (celos).
4. Envidiamos a los que están cerca de nosotros en tiempo, edad, o reputación. De aquí la expresión “Ay, aún los parientes pueden estar celosos de su familia.”
5. Envidiamos a nuestros rivales en el deporte o en el amor, en general, aquellos que hacen las mismas cosas que nosotros. De aquí el principio de Hesíodo: “El alfarero contra el alfarero.” No envidiamos a los que en opinión de otros están muy por debajo o por arriba de nosotros. Ni envidiamos a los que vivieron hace siglos, a los que están por nacer, a los muertos o a los héroes.
6. Envidiamos a nuestros vecinos e iguales porque su posesión o éxito en una cosa es un reproche para nosotros.
7. Envidiamos a los que tienen lo que deberíamos tener o que han adquirido lo que alguna vez tuvimos: el viejo envidia al joven; lo que han gastado mucho envidian a los que han gastado poco; el que no tiene una cosa o no ha podido obtenerla envidia al que la obtuvo rápidamente.
8. Los ambiciosos son más envidiosos que los que no lo son.
9. Los hombres de mente pequeña son envidiosos porque todo les parece grande.

Después de leer este recuento de Aristóteles muchos podemos decir: “Conozco alguien así.” O, más difícil aún, confesar con vergüenza: “A veces soy así.”

La envidia puede ser un mal menor o un mal muy grande. Como mal menor puede tomar la forma de celos o ambición. Como mal mayor puede generar un sentimiento realmente destructivo. No hay que confundir los males menores, la ambición o los celos, con el mal mortal, la envidia como sentimiento destructivo. Celo algo que ya tengo. El celoso dice, “Lo tengo y no lo quiero perder.” El sentido de propiedad hace que el celoso no permita que otros hombres rondan a su mujer. También habrá mujeres que quieran sentir su posesión dejándose poseer. Estas mujeres provocan los celos en su poseedor para estar seguras que lo poseen. El maestro de un oficio cela sus conocimientos, no transmite el secreto profesional o el *know-how* para no perder su posición de ventaja frente a los otros.

Por otro lado, ambicionamos lo que queremos y no tenemos. Esta envidia sugiere que otros pudieran ambicionar nuestras posesiones, apariencia, manera o compañía. Podemos ambicionar

el carro, la casa, el talento, los méritos o la esposa del vecino. El ambicioso dice “Lo tiene y lo quiero.” La imitación y la moda tienen su base en la envidia como ambición.

Finalmente, la envidia es un deseo frustrado que se vuelve destructivo. El envidioso dice, “Si no puedo tenerlo, nadie lo tendrá.” Este es el lado oscuro de la envidia. La envidia es un mal causante del sufrimiento humano. Envidia viene del sustantivo *in-videre*, cuya etimología significa *no ver*. La envidia es una manera de ver que oscurece la percepción, como ocurre al ver de reojo o de soslayo al que está al lado, al semejante envidiado. El envidioso no ve o ve distorsionado al objeto de su envidia; si lo viera con objetividad no querría estar en su lugar. Al corazón envidioso no llega la luz de la razón objetiva; por eso Séneca (2000, 155), citando a un tal Pomponio, decía: “Hay ojos tan habituados a las tinieblas, que en la claridad ven mal.” La mitología griega y Dante nos advierten que la envidia entra por los ojos y envenena el corazón.

Los griegos la representaban como un viejo espectro femenino con la cabeza rodeada de serpientes, los ojos bizcos y hundidos y la tez lívida. Un ser flaco en extremo, con una serpiente en las manos y que le rodeaba el corazón, a veces acompañaba a Hidra de Lerna (monstruo mitológico con siete cabezas). (Tomei 1995,5)

Porque la envidia entra por los ojos, en el Purgatorio, Canto XIII, de su *Divina Comedia*, Dante muestra el castigo que reciben los envidiosos: “Tienen sus párpados atravesados y cosidos por un alambre, como se hace con los gavilanes salvajes para domesticarlos.” Tal es el castigo que recibe la sienesa “Sapía” que confiesa: “Me alegraron más los males ajenos que mis propias venturas.” El infierno que sufre el émulo por la gloria del emulado es una constante de todos los tiempos. En la antigüedad, Bión, el boristenita (presocrático), decía “a un envidioso que estaba melancólico: —No sé si te habrá venido a ti algún mal, o a otro algún bien.” Por envidia, en la película *Amadeus*, el músico Salieri presiona a Mozart a componer música hasta su destrucción. En la envidia, el deseo de alcanzar se convierte en el deseo de destruir.

La persona envidiosa no sólo quiere hacer daño, y lo hace siempre que puede con impunidad, sino que ella misma se hace desgraciada a causa de la envidia. En vez de gozar lo que tiene, sufre de lo que tienen los demás. Si puede les priva a todos de sus beneficios, lo cual es para él tan deseable como procurárselos para sí mismo. (Russell 1985, 54)

2. Envidia pública. Manifestación colectiva de una pasión privada

La envidia, independientemente de que sea innata (Mandeville, Spinoza) o adquirida (Raiga), se manifiesta en el proceso de socialización (Schoeck 1987, 230). El filósofo B. Russell (1985, 56), nos dice: “La envidia es un vicio que consiste en no considerar nunca las cosas en si mismas, sino en sus relaciones.” La envidia es un deseo de imitación o (mimético) que se despierta cuando el deseo de uno provoca el del otro. Pero uno no quiere lo que otro lejano en *status* o lugar quiere, sino lo que desea un igual. Por envidia, “en el Antiguo Testamento y en los mitos griegos, los hermanos son casi siempre unos hermanos enemigos” [Caín y Abel, Jacob y Esaú, Eteocles y Polinice, Rómulo y Remo, Ricardo Corazón de León y Juan sin Tierra] (Girard 1998, 12 y 69). Por ello, el deseo mimético vehemente genera rivalidad entre iguales y da lugar a una lucha recíproca. Esta rivalidad no surge porque los dos deseen la misma cosa, sino porque uno quiere lo que el otro desea o tiene. Es decir, *la rivalidad no surge de la convergencia de dos deseos por una misma cosa; “el sujeto desea el objeto porque el propio rival lo desea”* (Girard 1998, 152).

(a) Envidia en la democracia

En la democracia, por el principio de Hesíodo de “iguales contra iguales,”² un plebeyo no acepta como superior a otro plebeyo.³ Bertrand Russell comparte esta idea:

La envidia es la base de la democracia. Heráclito dice que se debiera haber ahorcado a todos los ciudadanos de Éfeso por haber dicho: “No puede haber entre nosotros ninguno que sea el primero.” El sentimiento democrático de los Estado griegos, casi en su totalidad, debió de haber sido inspirado por esta pasión. Y lo mismo puede decirse de la democracia moderna. Es cierto que hay una teoría idealista según la cual la democracia es la mejor forma de gobierno, y yo, por mi parte, creo que la teoría es cierta. Pero no hay ninguna rama de política práctica en donde las teorías tengan fuerza suficiente para efectuar grandes cambios; cuando esto ocurre, las teorías que lo justifican son siempre el disfraz de la pasión. Y la pasión que ha reforzado las teorías democráticas es indiscutiblemente la pasión de la envidia. (Russell 1985, 53)

² Hesíodo, *circa* 720 a. de C., en *Los Trabajos y los Días (Works and Days)*, dice : “El alfarero cela al alfarero y el artesano al artesano; y el pobre le tiene inquina a otro pobre, y el poeta a otro poeta.” De manera consistente con el principio de Hesíodo, aunque no lo refiere, Bacon dice en su ensayo sobre la envidia (*Of Envy*) que “los parientes cercanos, los compañeros de oficina, y aquellos que se alimentaron juntos, son más propensos a envidiar a sus iguales cuando crecen. . . . (como la envidia siempre está unida a la comparación consigo mismo) los reyes no son envidiado sino por reyes.”

³ H. Böll (1986, 326) nos recuerda que *Plebes* y *Demos* significan mas o menos lo mismo. *Demos* también tiene en griego el significado secundario peyorativo de “muchedumbre” o “populacho.” De donde una “plebocracia” no es peor que una democracia porque ser plebeyo no es más despreciable que ser demo crático.

Para no ofender la memoria de mártires de la democracia o herir susceptibilidades de luchadores sociales, conviene explicar esta cita de Russell. Cuando después de una serie de revoluciones desapareció el régimen antiguo de la *gens* (patriarcal o de tribu) y se instaló la democracia en Atenas y Roma, se instauró la igualdad entre los hombres al tiempo que surgió la desigualdad en sus fortunas. “Cuando cada hombre formaba parte de una *gens* y tenía su señor, casi se desconocía la miseria. El hombre era sustentado por su jefe, y éste, a quien debía obediencia, debía, a su vez, el subvenir a todas sus necesidades” (Coulanges 2000, 251-252). Las condiciones para la envidia eran óptimas. Cuando no había igualdad social, por el principio de Hesíodo, no había envidia social (había envidia al interior del estrato de iguales, cualquiera que este fuera). *Al construirse la democracia*, por este mismo principio, *surgió la envidia entre los iguales en derechos pero desiguales en fortunas*. “En cada ciudad, el rico y el pobre eran dos enemigos que vivían uno al lado de otro; el uno, envidiando la riqueza; el otro, viendo su riqueza envidiada” (Coulanges 2000, 252). Esta envidia derivó en una corrupción de la democracia: con los ricos, la democracia se convirtió en oligarquía violenta; con los pobres, para asegurar los beneficios de su victoria, en tiranía. El mecanismo de las tiranías para acceder al poder y mantenerse en él fue satisfacer la codicia y halagar las pasiones de la muchedumbre. Aristóteles, en la *Política*, señala que la tiranía descubrió que la vía más directa para ganarse la confianza de la muchedumbre era declararse enemigo de los ricos. “Así lo hicieron Pisístrato en Atenas; Teageno en Megara; Dionisio en Siracusa.”

En suma, en la democracia cada ciudadano se considera comparable a cualquier otro. Como la envidia es mayor entre los que se consideran de la misma condición y privilegio, en la democracia un político puede alentar fácilmente la envidia de las masas contra los hombres que considera son iguales, pero que tienen más bienes y poder. El político contrasta la abundancia ofensiva de los más afortunados con las carencias de la masa para inducirlos a preguntar con ira ¿porqué ellos sí y nosotros no? Esto no quiere decir que la envidia sea la única forma de convocar a la democracia, sino que es una pasión con un poder de convocatoria tan alto como el amor, la libertad, el orgullo nacional o cualquier otra emoción que inspire a la acción colectiva.

▪ Ostracismo y petalismo

A mitad del siglo V a. de C. los griegos practicaron el *ostracismo* (destierro, en Siracusa se llamó *petalismo*⁴) de personas importantes de la comunidad, enviándolas al exilio por diez años. El ostracismo lo estableció Clístenes en Atenas, en el 510 a.C., para evitar el mito de la personalidad, a fin de impedir las dictaduras y asegurar la democracia. Su periodo de ensayo y error duró noventa años; y terminó porque se aplicó “con espíritu de facción,” (Aristóteles 2000, 213), o en confabulación de partidos (Plutarco 357). Hay quienes dicen que la primer víctima fue su propio creador, en el 507 a.C., por su rivalidad con Iságoras; otros aseguran que se aplicó por primera vez a Hiparco, hacia el 487-485 a.C. Aristóteles explica la “razón” original para aplicar el ostracismo a eminencias indiscutibles:

No puede haber ley con respecto a tales hombres, pues ellos mismos son ley. Quien tratara de legislar para ellos se pondría en ridículo, pues por ventura le podrían replicar lo que en la fábula de Antístenes dijeron los leones a las liebres cuando éstas arengaban en la asamblea de los animales y reclamaban igualdad para todos [¿“Dónde están vuestras garras y dientes”?]. Por esta causa, pues, se ha establecido el ostracismo en las ciudades gobernadas democráticamente. . . . Y lo mismo es patente en las otras artes y ciencias; porque no permitirá el pintor que su figura tenga un pie desproporcionadamente grande, por notablemente bello que pueda ser; ni el constructor de naves hará otro tanto con la proa u otra cualquiera de las partes del navío; ni el maestro del coro permitirá que forme parte del coro quien cante más alto y mejor que todo el coro. (Aristóteles 2000, 212-3)

El ostracismo se ejercía por voto popular y era una aberración legal puesto que en la condena no era necesaria la existencia de un crimen ni pasar por un juicio formal. El único delito del candidato al ostracismo era conquistar con sus virtudes demasiada influencia a grado tal que podía ser peligroso si quería.

[El Estado] podía castigar a alguien aunque no fuese culpable, y sólo porque así lo aconsejaba su interés. . . . El ostracismo no era un castigo; era una precaución que la ciudad adoptaba contra un ciudadano de quien sospechaba que le podía resultar molesto algún día. (Coulanges 172)

⁴ Del griego *pétalon*, pétalo, hoja. Votación para expresar la voluntad popular sobre la conveniencia de exilar a cierto ciudadano, supuestamente peligroso para las instituciones democráticas. La expresión se origina en el hecho de que los votantes escribían su parecer en una hoja de oliva (pétalon). El petalismo es característico de la democracia de Siracusa, en Sicilia, durante el siglo V ante Cristo, equivalente al ostracismo, aplicado en Atenas. Tanto éste como aquél expresan la preocupación de las ciudades griegas por evitar el regreso de las grandes tiranías, entonces recién eliminadas (Ruipérez y Tovar 1979).

Plutarco, en la vida de Arístides El Justo,⁵ describe el procedimiento del ostracismo de la siguiente manera:

Tomaba cada uno de los ciudadano una concha [un trozo de cerámica, en griego, *ostrakon*], y escribiendo en ella el nombre del que quería saliese desterrado, la llevaba a cierto lugar de la plaza cerrado con verjas. Contaban luego los arcontes primero el número de todas las conchas que allí había, porque si no llegaban a seis mil los votantes, no había ostracismo. Después iban separando los nombres, y aquel cuyo nombre había escrito en más conchas, era publicado como desterrado por diez años, dejándosele disponer de sus cosas. (Plutarco 1973, 357-8)

Crescenzo dice que el destierro no era necesariamente por 10 años:

Apenas la persona señalada totalizaba 6.000 denuncias, tenía diez días de tiempo para saludar amigos y parientes, después de lo cual era obligado a tomar el camino del exilio. La condena podía durar de cinco a diez años, según el número de los que habían firmado. (Crescenzo, *on line*)

Hubo casos como el de Arístides donde el destierro duró apenas tres años porque se le obligó a volver para enfrentar al ejército persa de Jerjes I. Plutarco refiere la siguiente anécdota que ilustra la mecánica del ostracismo al tiempo que descubre la personalidad de Arístides:

Estaban en esta operación de escribir las conchas, cuando se dice que un hombre del campo, que no sabía escribir, dio la concha a Arístides, a quien casualmente tenía a mano, y le encargó que escribiese “Arístides;” y como este se sorprendiese y le preguntase si le había hecho algún agravio: “Ninguno—respondió—, ni siquiera lo conozco, sino que ya estoy fastidiado de oír que continuamente le llaman el justo;” y que Arístides, oído esto, nada le contestó, y escribiendo su nombre en la concha, se la volvió. (Plutarco 1973, 358).

La envidia no tolera la fortuna del otro y pregunta,

¿Qué derecho tiene este hombre [. . .] de ser más atendido o mejor servido que yo? No acepto que él vaya en carruaje mientras yo voy a pie. No me gusta que su opinión sea citada y la mía no. . . . Estoy harto, como el ateniense, de oír que a Arístides le llamen el Justo. (Emerson, *Sermón 156*, citado por Kevorkian 1999, 94)

⁵ Arístides (530-468 a. C.), “El Justo,” fue condenado al destierro en Egina, en el 482, por desavenencias políticas con Temístocles. Sin embargo, ambos combatieron contra los persas de Jerjes I en Salamina (480) y en Platea (479). Temístocles (542-460 a. C.) también fue condenado al destierro en Argós, en el 470. Por otro lado, no hay acuerdo para determinar si Arístides fue padre, tío, abuelo o bisabuelo de Mirto, una de las dos esposas de Sócrates (la otra era Jantipa). Hay quienes dicen que no era esposa, sino concubina. Es interesante que Diógenes de Laercio y Plutarco, ambos citando a Aristóteles, señalen distintos parentescos entre Mirto y Arístides. Más detalles y razones sobre los dos matrimonios de Sócrates en Diógenes (1984, 45), Plutarco (1973, 370-1), y en los trabajos *on line* de Luciano de Crescenzo, Alban Dewes Winspear, y Giovanni Reale.

Nacido para mantener las condiciones para la democracia, el ostracismo terminó por ser "una moderada satisfacción, generada por la envidia," asegura Plutarco. Los griegos decían que desterraban a un hombre destacado por miedo a la tiranía cuando en realidad era por envidia a su gloria. La envidia implícita en el ostracismo no podía pasar desapercibida en el manual de Gracián: "Tiene su ostracismo la *invidia*, tanto más civil cuanto más criminal; acusa lo muy perfecto de que peca en no pecar, y por perfecto en todo, lo condena todo." (Gracián 1647, máxima 83)

Los escritores del siglo XVII entendieron claramente que el ostracismo griego no era otra cosa que el chivo expiatorio que se sacrifica en la política para calmar la envidia de las masas:

El ostracismo de los griegos fue un sacrificio que los hombres valiosos hacían a la envidia epidémica y que se utilizaba a menudo como remedio infalible para evitar los males de la melancolía y el rencor populares [para Mandeville la envidia es un compuesto de tristeza e ira]. Una víctima del Estado suele acallar las murmuraciones de toda una nación, y la posteridad se asombra con la frecuencia de las barbaridades de esa naturaleza, que ellos mismos habrían cometido de encontrarse en iguales circunstancias. Son concesiones a la malicia de las gentes que nunca están mejor regaladas que cuando se les ofrece el espectáculo de un gran hombre humillado. (Mandeville 1997, 88)

Es claro que Mandeville se refiere al curso que tomó el ostracismo en la práctica (ofrecer una víctima a la envidia de las masas), no a la idea original que describe Aristóteles. Si consideramos que la envidia nace en un igual, la propuesta de ostracismo también nace de un igual (o de alguien que se considera como tal) y se extiende a los demás para ser un instrumento "purificador" democrático, en un "chivo expiatorio."

▪ **El chivo expiatorio**

La rivalidad mimética que surge de la envidia entre iguales (deseo mimético) amenaza la existencia de la comunidad. Esta rivalidad desaparece, disminuye o se posterga cuando los rivales canalizan su violencia hacia un tercero, *el chivo expiatorio*. Como la violencia se dirige hacia una víctima que no responde, el chivo expiatorio salva a la comunidad de su disolución. Con el paso del tiempo y el surgimiento de otros chivos expiatorios, la víctima pasa al olvido y, eventualmente, alcanza el perdón.

Culpable o inocente, “la víctima del Estado,” el chivo expiatorio recibe la descarga de todas las tensiones de la colectividad.⁶ René Girard⁷ sugiere que el chivo expiatorio, para ser un mecanismo efectivo, necesita dos condiciones: 1) que sea *un gran acontecimiento*, que la gente realmente proyecte sus tensiones y agresiones contra la víctima. Para que la violencia recíproca sea diferida, se necesita de una transferencia colectiva de esa violencia contra el chivo expiatorio, y 2) que sea *inconsciente*. Si fuera consciente, el chivo expiatorio pasa a ser un instrumento de propaganda ya que implica una representación *a priori*. La propaganda manipula pero no reconcilia genuinamente a los rivales. Un chivo expiatorio *efectivo* generalmente es precedido por chivos expiatorios parciales que difieren la crisis.

En *La Guerra y la Paz*, el conde Rostoptchin, el gobernador del Moscú que estaba a punto de ser tomado por los franceses de Napoleón, intuye la necesidad de un chivo expiatorio para calmar la ira del pueblo. Necesita sacrificar alguien a nombre del *bien público*, para justificarse a sí mismo y calmar a una muchedumbre enardecida. En su ira piensa:

He aquí al pueblo [el populacho, el monstruo de muchas cabezas, ignorante cobarde y cruel de Hazlitt], la hez del pueblo, la plebe que ellos [los bandidos y los traidores que el conde no acertaba a definir quiénes lo eran] han excitado con su estupidez. *Necesitan una víctima* [itálicas mías].

Rostoptchin encuentra el chivo expiatorio que necesita en el preso político Verechtchanguin.

Dirigiéndose al pueblo exclama:

¡Hijos míos!. . . Este hombre, Verechtchanguin, es el miserable que ha perdido Moscú. . .
 . . .

 De *todos* los rusos es el único que ha deshonrado el nombre de Rusia! ¡Moscú se pierde por su culpa. . . ! . . . ¡Haced de él lo que queráis! ¡Os lo entrego! [itálicas mías].

⁶ Los evangelios, por ejemplo, fueron escritos por gente que desertó de la comunidad y reveló la inocencia de la víctima. En este sentido, los apóstoles protagonizaron un intento de trascender el mundo del sacrificio. Marcos (Mc. 15, 9-11) y Mateo (Mt. 27, 18) no tienen reparo en señalar que Pilato estaba consciente de que el juicio y crucifixión de Jesús eran un acto de envidia pública. Juan (Jn. 19, 4-16) y Lucas (Lc. 23, 13-25), sin embargo, no mencionan este pasaje como un hecho de envidia.

⁷ Durante veinte años, René Girard, profesor de literatura francesa en Stanford y crítico literario, ha tratado de entender la naturaleza del deseo a partir de la interpretación literaria y de textos antropológicos. Sus libros más recientes son *The Scapegoat* (1982, trad. al inglés 1986) *Job, The Victim of His People* (1985, trad. al inglés 1987) y *A Theater of Envy: William Shakespeare* (1991). Una ventaja de tomar el enfoque de Girard es que no es necesario compartir todos sus puntos de vista para explicar el papel del chivo expiatorio en la democracia.

Tolstoi describe paso a paso cómo la víctima cumple su función de liberación popular: los gritos horribles exaltan aún más la ira del pueblo; los últimos gemidos lastimeros mueven al sentimiento de horror, de extrañeza, de lástima; finalmente el cuerpo destrozado y cubierto de polvo y sangre complementa la “concupiscencia de los ojos,” diría San Agustín. Con este pasaje, Tolstoi nos entrega una reflexión:

Desde que el mundo existe los hombres se matan los unos a los otros. Nunca un hombre, después de cometer un crimen contra un hermano suyo, ha dejado de consolarse con este pensamiento: el *bien público*, el supuesto bien de los otros hombres. . . . pero el que comete un crimen siempre sabe exactamente en qué consiste.

El autor pone en el pensamiento del verdugo intelectual (el gobernador de Moscú) la cruda verdad: “He calmado al pueblo dándole una víctima y he ejecutado a un malhechor.”(11ª parte, Cap. XXV).

Las teorías de la ciencia política que consideran al hombre sólo como ser racional y olvidan que la envidia es una pasión por la que también se convoca a la democracia, son teorías de un hombre irreal viviendo en un sistema de gobierno perfecto. En este contexto, todo escrito que señale los vicios de la democracia será difamatorio al ideal supremo de la igualdad. Si, por el contrario, las teorías parten de un hombre real, lo mismo racional que emotivo, podemos entender porqué muchos gobernantes pasan de héroes a villanos de la noche a la mañana. El pueblo, la masa, nunca se equivoca al escoger su chivo expiatorio. Los personajes son escogidos atinadamente porque el mismo mérito que los llevó a ser personajes públicos destacados los hace candidatos naturales al escarnio público. El ostracismo desapareció, no la necesidad de un chivo expiatorio. Las auditorías contables, el juicio político, el chiste político, la persecución fiscal o la cárcel, pueden ser algunos de los mecanismos modernos con doble propósito: garantizar el funcionamiento correcto de un gobierno (fin explícito) o sacrificar una víctima para la catarsis social (fin implícito).

El ostracismo de Atenas y el petalismo de Siracusa nos enseñan que la envidia puede ser un argumento *para actuar a nombre de* la democracia o *para reemplazarla*. Es difícil explicar al

pueblo las teorías o las causas del “desarrollo del subdesarrollo.” Es más fácil y efectivo el llamado a una revuelta popular con un ingrediente de envidia:

La fascinación [el *glamour*] no puede existir sin que la envidia social de las personas sea una emoción común y generalizada. La sociedad industrial que ha avanzado hacia la democracia y se ha detenido a medio camino es la sociedad ideal para generar una emoción así. La persecución de la felicidad individual está reconocida como un derecho universal. Pero las condiciones sociales existentes hacen que el individuo se siente (*sic*, ¿sienta?) impotente. Vive en la contradicción entre lo que es y lo que le gustaría ser. Entonces, o cobra plena conciencia de esta contradicción y de sus causas, y participa en la lucha política por una democracia integral, lo cual entraña, entre otras cosas, derribar el capitalismo [o el *status quo*]; o vive sometido continuamente a una envidia, que unida a su sensación de impotencia, se disuelve en inacabables ensueños. (Berger 2000, 162)

Pero la envidia también puede reemplazar a la democracia. En los países desarrollados aparece el uso político de la envidia. En estos países, la publicidad utiliza la envidia como falso criterio para determinar lo que es y no es deseable. Nos muestra la fascinación de ser envidiado como clave de la felicidad: si no somos deseables no somos felices. Nos hace ver que no somos envidiables todavía, . . . pero que podríamos serlo si compramos. La publicidad busca despertarnos el deseo de sentirnos envidiados y *convierte el consumo en un sustituto de la democracia*.

La elección de lo que uno come (o viste, o conduce) ocupa el lugar de la elección política significativa. La publicidad ayuda a enmascarar y compensar todos los rasgos antidemocráticos de la sociedad. Y enmascarar también lo que está ocurriendo en el resto del mundo . (Berger 2000, 164)

Lo malo del asunto es que este fenómeno de reemplazo no se queda en el mundo desarrollado sino que se extiende a los países de su periferia económica y cultural. De este modo, la envidia no sólo es un sentimiento para luchar por la democracia, sino también para sustituirla. ¿Qué poder tiene la publicidad para utilizar la envidia de esta manera? De este asunto nos ocupamos enseguida.

(b) Envidia en la publicidad

La sociedad moderna ha logrado un cierto grado de democracia y ha popularizado la idea de que cualquiera puede acceder a la riqueza. La verdad es que sólo algunos pueden alcanzarla. Este pequeño grupo de afortunados conforman el *status* alto y se convierten en los representantes de un sueño. Por el simple hecho de alcanzar una posición de privilegio se convierten

automáticamente en objeto de envidia. En muchos casos, algunos miembros del grupo privilegiado exhiben el objeto de la envidia como símbolo de *status*, de *glamour*.

Hoy en día, en privado o en público, hay imágenes que buscan un lugar en nuestras mentes y sueños. Son mensajes audiovisuales que intentan vendernos un modo alternativo de vida valiéndose de todo tipo de medios: pantallas, revistas, bardas, radios. Gran parte de la publicidad comercial se diseña y puede explicarse en base a las dos situaciones de la envidia, envidiar o ser envidiado. La publicidad intenta persuadirnos de comprar para transformarnos en gente envidiable. Busca despertar nuestra envidia mostrándonos personas envidiables: gente famosa de deporte, el arte o la pantalla. El estado de ser envidiado sobre bases reales o ilusorias es lo que constituye el *glamour*. La publicidad manufactura el *glamour*; es la encargada de persuadirnos de que la base de la felicidad individual radica en provocar y sentir la envidia de los demás. El individuo es puesto entre la espada y la pared, entre la condena de la envidia propia que le dictan las reglas de la convivencia y los mensajes de cultivar deliberadamente la envidia de los demás.

El éxito de la publicidad ha generado una época donde el *glamour*, el encanto de ser envidiado, ha dejado de ocultarse para convertirse en un símbolo de posición social. En las ciudades globales de los países desarrollados, el *glamour* se ha convertido en símbolo de privilegio y así lo dicta al mundo. La actitud que oculta los motivos de ser envidiado y que procura mantenerlos en secreto (Foster 1976) es vista como un símbolo de atraso que debe superar una cultura exitosa. Hoy, el ser envidiado, el *glamour*, se manifiesta por todos lados. Uno lo muestra en los actos cotidianos que expresan nuestro estilo de vida: el restaurante para comer con los amigos o la familia, el lugar y decoración de la casa, los sitios de recreación, los temas de conversación. El hecho de sacar a relucir la riqueza y la fama personal es una manera de invitar a ser envidiado, de ganar *status* por *glamour*. En este sentido, en el de ser envidiado, en ser objeto de la envidia-admiración de otros, la acusación de la señora Cuevas a los miembros de *El Colegio Nacional* tiene su origen en el *glamour* que su propio marido cultiva.

La publicidad se basa en el miedo y la ansiedad de no ser envidiable, de no ser deseable. En la monotonía de la vida moderna, la publicidad reemplaza nuestro presente pasivo por la idea de un

futuro activo. La compra de una variedad de productos promete la transformación mágica de un presente incompleto en una vida futura mejor, llena de abundancia y sofisticación. La publicidad nos proyecta un futuro donde no tenemos que preocuparnos por la madurez, la abundancia, la convivencia, la amistad, la virilidad, la atracción, la sexualidad, el romance o el amor. Sus imágenes “nunca nos hablan del presente. A menudo se refieren al pasado, y siempre al futuro [continuamente diferido]” (Berger 2000, 144). Todo ocurre fuera de nuestro mundo, en “el extranjero,” en otro mundo que no necesitamos cambiar porque es ajeno: “Para la publicidad, todos los acontecimientos reales son excepcionales y les ocurren únicamente a los extranjeros” (Berger 2000, 168). El extranjero es lo mismo Afganistán, New York o la vuelta de la esquina. La publicidad nos aleja del mundo real y reduce todas nuestras dificultades a la necesidad de adquirir. No tiene freno para hacernos creer que la horrible combinación de un brandy malo, cola, sal y limón es un descubrimiento que no sólo merece el Premio Nóbel de la química, sino que su consumo nos proporciona la sensualidad y el éxito de su descubridor. De la misma forma, nos sugiere fumar determinada marca de cigarros para obtener el *glamour* del artista que se rodea de mujeres que lo admiran. O usar determinada loción para adquirir la superioridad y belleza del animal salvaje que evoca.

En la era de la economía regionalmente globalizada, hay un elemento históricamente nuevo: la multiplicación y heterogeneidad de imágenes impresas o televisadas. ¿Cómo interpretar los comerciales lujosos de vino, tabaco o computadoras en medio de reportes sobre hambrunas en África o de revoluciones que muestran la terrible realidad de la pobreza y la explotación? La máquina publicitaria crea un mundo desconectado, incoherente y distante. Es desconectado e incoherente porque emborracha de imágenes. Coloca estratégicamente sus mensajes para alcanzarnos en todo lugar, situación o estado de ánimo. Este mundo de imágenes que nos persigue a todas partes “anula los conceptos, y de este modo atrofia nuestra capacidad de abstracción y con ella toda nuestra capacidad de entender.” Nos lleva a “ver sin pensar” (Sartori 1998, 47).⁸ A la publicidad no le importa si sus mensajes son comprensibles o coherentes entre sí

⁸ El mundo de imágenes profundas, gobernado por hombres incultos, no sólo crea personas acríticas y mentalmente perezosas sino que descalifica a los pocos dinosaurios que piensan, por ser aburridos y carentes

o con el contexto. Si no tenemos claro que estas incoherencias son naturales en la publicidad, pareciera que somos nosotros los que no entendemos su conexión con el mundo. La verdad es que la publicidad manipula la comunicación, la creación de imágenes y la mezcla sistemas de valores contradictorios.⁹ En un estado de confusión, una persona puede ser presa fácil de la publicidad que, con el uso de una fragancia, garantiza seguridad ante los otros o proporciona el *glamour* de una estrella de rock. Cualquiera que haya sido la razón, *Gucci* no se anduvo con rodeos para bautizar uno de sus perfumes más exitosos con una palabra que evoca al *glamour*, que mueve a la imaginación en dirección al brillo de la lentejuela y presenta el dulce encanto de lo superfluo como *status* social: *Envy*.

(c) Envidia en la empresa

A finales del siglo XX, muchas organizaciones presentan serios problemas administrativos y tecnológicos porque descuidan el factor humano. Así, por ejemplo, las empresas tienen que realizar cambios de organización y de organizados para enfrentar la gran presión de abatir costos en nuevos ambientes globalmente competitivos. Para realizar estos cambios es necesario que todos los individuos aprendan a nombre de la empresa, los nuevos procesos y tecnologías.¹⁰ La experiencia enseña que el exceso de confianza en el conocimiento sobre-especializado de las funciones, combinada con las pasiones inherentes a la condición humana (inseguridad, envidia, intriga), puede afectar este aprendizaje y, por ende, limitar el desempeño y la efectividad de la organización. El control de la envidia en los individuos permite el trato cotidiano, genera ambientes laborales estables y facilita los cambios organizacionales. Es decir, *entender y sobrellevar la envidia no solo beneficia al individuo que la padece, sino que también conviene a los que le rodean y a la organización a que pertenece.*

de una “sensibilidad superior.” Lo malo es que la especie racional descalificada y en extinción no es sustituida por una generación de “sensibilidad superior,” quedando el mundo sin ambos (Sartori 1998, pp. 145-151).

⁹ El mundo desarticulado de las imágenes genera desinterés porque nadie se interesa por cosas que no entiende. Así empieza un círculo vicioso: no se ofrecen imágenes sobre aspectos relevantes del mundo porque no hay interés, pero no hay interés por la razón de que las imágenes no se entienden por estar desarticuladas (Sartori 1998b).

¹⁰ Es clara que todos (mandos superiores, intermedios y trabajadores) aprenden a nombre de la organización, pero aprenden diferentes cosas bajo diferentes condiciones.

En la empresa se reúnen hombres que producen y que se relacionan entre sí. Los trabajadores no son máquinas vivas o números en el registro de la línea de producción o en el departamento de contabilidad. En el contacto humano que exige la organización del proceso productivo, los hombres comparten conocimientos, habilidades y experiencias. Al mismo tiempo, según su carácter individual y cultura, desarrollan y expresan simpatías y aversiones entre sí.

En el momento en que un hombre entra inevitablemente en contacto con otro afloran sus vicios y virtudes. No hay que olvidar que la envidia es una pasión que se manifiesta en el proceso de socialización y es mayor en los casos de proximidad social (laboral, en el caso de la firma). En la estructura de la compañía, el puesto de trabajo no sólo representa una función productiva sino que proporciona al hombre identidad y *status* frente a otros con los que convive dentro y fuera de la empresa. Cuando una persona es promovida de categoría surge la envidia entre los que comparten la posición que deja y que aspiran al mismo puesto. Por el principio de Hesíodo de “iguales contra iguales,” es poco probable que un operario sienta envidia por el ascenso de un director o gerente, pero difícilmente permanecerá indiferente al ascenso de otro operario a la plaza de supervisor. En la promoción de un director o gerente la envidia será más intensa en otro director, en alguien próximo que también era candidato “natural” al empleo. El mayor crimen del afortunado es ascender ante los ojos de quienes lo ven con envidia mientras siguen atados al mismo lugar.

Los efectos contraproducentes de la envidia para la empresa y el individuo muestran que conviene sobrellevarla con propiedad:

La envidia es el motor de muchos de los errores. Pasa entre las personas y, con mayor razón, entre las empresas. El problema es que por vengarse o hacer cosas que dañen a sus competidores o compañeros con talento diferentes, las compañías o los empleados olvidan actuar en su favor. ¿El resultado? Terminan promoviendo a su contrincante. (Luis Andrade, vicepresidente mundial de *Arthur D. Little*, citado por Hernández 2001)

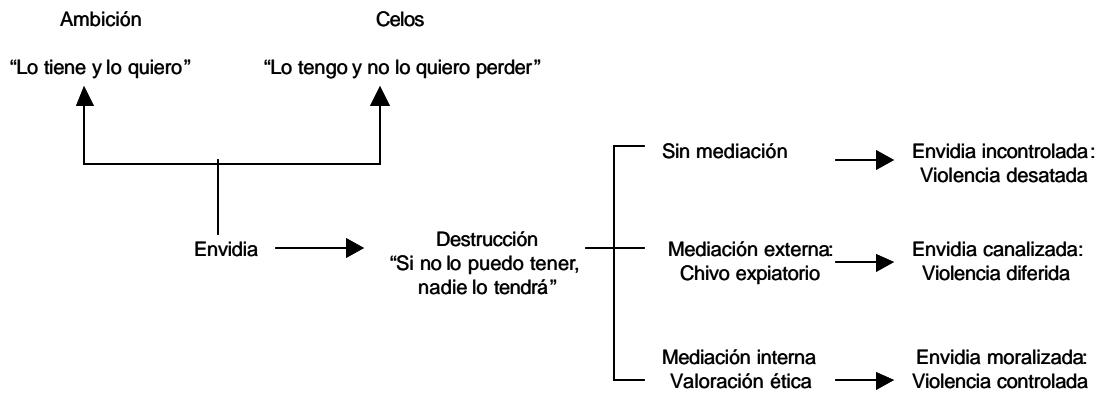
La manifestación de la envidia depende del carácter de la persona y su cultura. Por eso la envidia es más evidente en los niveles más bajos y menos educados.

A los más incultos les afecta esta pasión con tal violencia, que si no los contuviese el miedo a las leyes irían directamente a golpear a aquéllos a quienes se dirige su

envidia, sin más provocación que lo que esta pasión les suscita. (Mandeville 1997,85).

La mejor forma de enfrentar la envidia en las empresas es la que se centra en las emociones y los sentimientos del individuo (Tomei 1995,144). Las políticas desarrolladas por los departamentos de recursos humanos (programas de ascenso, políticas salariales, valoración de méritos, aptitudes y talentos) disminuyen la fuerza de la envidia pero no impiden que se manifieste por mecanismos más sutiles. La cura contra la envidia en las organizaciones no es efectiva si no es *descubierta* por el propio individuo. El remedio tiene que ser producto del esfuerzo *interior* de la persona. Esta es una tarea difícil pero no imposible de lograr porque la religión, la tradición y la filosofía de nuestros padres y abuelos siempre están listas para acudir al auxilio. De este asunto nos encargamos en la siguiente sección.

Figura 1. Las caras de la envidia



III. Actitud y remedios contra la envidia [5]

Aunque la envidia se manifiesta de manera colectiva, como en los casos de la democracia, la publicidad o la empresa, la realidad es que la lucha contra esta pasión es la tarea individual de una persona comparándose con otra. A nivel colectivo, pueden encontrarse alternativas para desincentivar o canalizar los efectos de la envidia. En la democracia, por ejemplo, el chivo expiatorio resuelve temporalmente el problema de la violencia. Sin embargo, las víctimas poco a poco pierden su efectividad como mediadoras *externas* del conflicto. Es necesaria una mediación *interna* al individuo, de ética valorativa, frente la violencia mediante la visión apocalíptica de una ira desatada que regula la venganza. En el *Apocalipsis*, por ejemplo, la *Biblia* muestra las consecuencias de una violencia descontrolada. En un esfuerzo por llevar a los individuos a una mediación interna, el Noveno y Décimo Mandamiento ordenan evitar o controlar la envidia no deseando a la mujer del prójimo o los bienes ajenos, respectivamente.

En la empresa, el departamento de recursos humanos, al aplicar las políticas de ascensos, de salarios y de beneficios, pueden generar o agudizar situaciones de envidia. En las empresas, la recomendación más fuerte para administrar o lidiar con la envidia es la que se refiere directamente al individuo.

Las soluciones para los casos de envidia y de celos no pueden ser impuestas, pues en general implican relaciones interpersonales y sentimientos individuales. En vez de esto, se sugiere llevar a cabo reuniones y encuentros entre las partes en conflicto ante la presencia de un mediador. (Tomei 1995, 141)

Como sabemos, la envidia no desaparece con la presencia de un mediador. El mediador es un árbitro *extremo* que, como el chivo expiatorio en la democracia, no resuelve el conflicto si el individuo no *interioriza* y valora éticamente las causas de su envidia. La educación facilita este proceso de interiorización. La envidia, como cualquier pasión, es más evidente cuando las pasiones no son atadas por la educación o la voluntad está relajada; por eso es más evidente en los niños y en los borrachos.

Por otro lado, la publicidad, el proceso de manufactura del *glamour* que fomenta en el individuo la condición de ser envidiado, también requiere que las soluciones a la envidia descansen

finalmente en la persona. Envidiar y ser envidiado son inevitables pero no incontrolables. Al tiempo que una persona regula su envidia desaparece la tentación del *glamour* y, con ello, desestimula la envidia ajena.

Los tres casos anteriores (democracia, empresas y publicidad) convergen en sostener que la lucha contra la envidia, aunque se manifiesta de manera social o pública, es finalmente una tarea individual. En el tratamiento de cualquier mal, generalmente hay dos tipos de remedios: (a) los que impiden que nazca (preventivos), y (b) los que, una vez nacido, dificultan o impiden sus excesos (reguladores o correctivos). En la envidia individual, los mecanismos que ayudan a prevenir también sirven para corregir,¹¹ como lo muestran los principios siguientes.

1. La primer cosa que debe saber un envidioso es que las personas a las que envidia son tan incompletas como él y que la felicidad absoluta no existe. Distintos hombres que han pensado el arte de la vida (Gehlen, Unamuno, Sartre, Freud, Ortega y Gasset) coinciden en que el hombre es un proyecto en marcha, un ser incompleto. Oscar Wilde, en el *Abanico de Lady Windermere*, dice, “En este mundo sólo hay dos clases de tragedias: Una es no obtener lo que se desea y otra obtenerlo. La última es mucho peor.” El pobre envidia al rico pensando que será más feliz. Si la suerte le sonriera a este pobre de tal manera que alcanzara la riqueza envidiada, pronto lo tendremos envidiando a la juventud que perdió en la búsqueda de la fortuna ansiada. Ahora visitará al cirujano plástico o vestirá como joven, “intentará mejorar su aspecto cuando ya no podrá sacar partido de él.” Por eso Rousseau nos dice en *Las Confesiones*, “Si cada hombre pudiese leer en el corazón de los demás, serían muchos más los que desearan bajar que los que desearan subir.”

2. Resistirse a los primeros síntomas de la envidia. Con la información anterior, la corrección de la envidia implica un acto de voluntad a los primeros indicios del mal:

¹¹ Este no es el caso de los mecanismos para prevenir o controlar la envidia social donde “El terreno de lo preventivo es fundamentalmente el terreno religioso,” de lo sagrado (Girard 1998, 26-7). Ello implica el estudio de los ritos, los usos, los hábitos y las costumbres de las organizaciones (sociedad o empresas). Esto es materia de la antropología social (en Inglaterra se llamó *etnología*; así se le llama frecuentemente en Francia) y de la empresa.

Téngase en cuenta que es más fácil expulsar un mal principio que gobernarlo; más fácil no admitirlo que moderarlo después de admitido. Una vez que ha tomado posesión es más fuerte que el alma poseída, no conoce límite ni restricción.

.....
 Es en la frontera donde ha de rechazarse al enemigo; si llegara a penetrar, si se apodera de las puertas de la plaza, ¿recibirá del cautivo la orden de pararse o retroceder? (Séneca 2000, 5)

3. La envidia no puede curarse con la prédica. En el mejor de los casos, la prédica sólo alterará sus manifestaciones y le permitirá adoptar formas más sutiles de encubrimiento o la traslada de un objeto a otro. A excepción de los espíritus raros en los que domina la generosidad a pesar de las circunstancias adversas, la única cura para la envidia propia es la libertad y el goce de la vida. Pero el goce de la vida no es fácil; requiere que nos interese en los demás sin cálculo ni expectativas de recompensa.

Gracias a tales intereses, el hombre llega a sentirse como una parte de la corriente de la vida, y no una entidad fríamente separarla como una bola de billar que no tiene mas relación que la del choque con las otras bolas. Toda desgracia depende de alguna clase de desintegración o falta de integración. . . . El hombre feliz es el que no siente el fracaso de unidad alguna, aquel cuya personalidad no se escinde contra sí mismo ni se alza contra el mundo. (Russell 1985, 148-9)

4. Quien controla su propia envidia generalmente no tiene interés en provocar la de los demás. El mismo proceso ético por el que una persona regula su envidia disminuye o desaparece el deseo de provocar la envidia ajena. Cada persona tiene que interiorizar este proceso ético. Epicteto, por ejemplo, sugiere que la felicidad radica en solo desear lo que depende de nosotros mismos y menospreciar lo que esta fuera de nuestro alcance.

Cuando veas a alguno promovido a dignidades, o favorecido, o acreditado, no te dejes llevar de la apariencia ni digas que es dichoso. Pues la verdadera tranquilidad de espíritu consiste en no desear sino lo que depende de nosotros mismos; no ha de acusamos celos ni envidia el lustre de las grandezas. . . . Conviene que cuides solamente de ser libre; en esto se han de terminar todas tus pretensiones. Un solo medio hay para alcanzarlo, que es menospreciar todo lo que no depende de nosotros. (Epicteto 1986,7)

Inspirado en este mismo principio, Jean de la Fontaine compuso la fábula de "la zorra y las uvas" que ilustra nuestra frase de consuelo "al cabo que ni lo quería."

Una zorra paseaba por el bosque cuando vio unos lindos racimos de uvas que caían por el parral. Saltó y saltó con la intención de tomar las uvas con la boca, pero no lo conseguía. Pasaron varios días y la zorra seguía intentando coger un racimo de las uvas.

Entonces, como no lo lograba, desistió en su intento y con inmenso desdén se alejó del parral diciendo:

—No quiero de éstas. Las uvas están verdes.

(Tomei 1995, 18)

La primera parte del consejo de Epicteto de "sólo desear lo que depende de nosotros" para evitar ser envidiosos nos parece buena. Sin embargo, debemos tener reserva con la segunda parte: "menospreciar todo lo que no depende de nosotros," también conocida como "la estrategia de la uvas verdes." El consuelo en la expresión "al fin que ni lo quería" es un autoengaño valorativo que no toca la actitud del envidioso (Hansberg 1996, 178).

En resumen, la envidia propia o su posibilidad, aunque no desaparece del todo, puede controlarse. Parafraseando la idea de virtud en la *Política* de Aristóteles, si la envidia y las demás pasiones no se controlaran, un hombre no podría convivir con otros hombres: "el hombre sería el ser más perverso y más feroz, [lucha—*Fight*— o escapa—*Flight*] porque sólo tendría los arrebatos brutales del amor [*Fuck*] y del hambre [*Food*]." Por otro lado, no debe preocuparnos la envidia latente en los demás, porque, *sin un estímulo deliberado, sufre más el envidioso que el envidiado.*

5. Mantener una vida satisfactoria para el instinto. B. Russell sugiere frenar la envidia propia con la admiración. El único remedio contra la envidia es la felicidad. El filósofo señala algunas pistas para reconocerla, entenderla y, con ello, frenarla. En su *Proposed Roads to Freedom*, Russell dice que la envidia se origina en la falta de un desarrollo libre, de un instinto negativo o de la imposibilidad de realizar una felicidad imaginada. Aunque el recuento de Aristóteles en la *Retórica* es suficientemente flexible para incluir varios casos, es importante decir que Russell es muy explícito al indicar el origen sexual de muchas envidias, especialmente las profesionales. Una mujer que envidia a otra por su vestido o un hombre que envidia a otro por la belleza de su amante no goza de una felicidad instintiva. Por lo tanto, un ingrediente importante en la cura contra la envidia debe incluir "una vida satisfactoria para el instinto."¹² De esta manera, "El que es feliz en

¹² Esto supone, claro está, la existencia de un instinto *activo*.

Muy escasas personas se acuerdan de haber sido jóvenes, y cuán difícil les era ser castos y sobrios. Lo primero que se les ocurre, después de haber renunciado a los placeres, por conveniencia, o por cansancio, o por régimen, es condenarlos en los demás. En este modo de obrar entra mucho una

su matrimonio y con sus hijos, no es probable que envidie mucho a otros hombres por su riqueza o por sus éxitos, mientras tenga lo suficiente para educar a sus hijos a su gusto" (Russell 1985, 59).

Russell señala, "En realidad la envidia es la manifestación de un vicio en parte moral y en parte intelectual." Es un vicio moral porque lo que tengo no es agradable por el hecho de que otro tenga algo más, porque lo remito a un deseo de justicia que se ha corrompido. Es intelectual porque no paramos a considerar que siempre habrá alguien con mas éxito que nosotros sin que sea necesariamente más feliz. El filósofo Russell pregunta, "¿Acaso hay algo mas envidiable que la felicidad?"

6. "Aléjese de los envidiosos y, si no puede, resignación." Hay quienes recomiendan evitar al envidioso. Si es necesario interactuar con él, utilizar alternativas como el correo electrónico, el teléfono o las reuniones cortas. En realidad, como lo vimos en el punto sobre la prédica, estas son paliativos de corto plazo. El entonces presidente de México bien pudo contestar a la señora Cuevas con una salida lateral, con oficio de político:

La conducta que han de seguir los *envidiados* consiste en mantener a cierta distancia a todos los que componen esas cuadrillas, y en evitar todo contacto con ellos, de manera que queden separados por un ancho abismo; cuando esto no es posible, deben sufrir con calma extraordinaria los esfuerzos de la envidia, con la cual se neutralizaran. (Schopenhauer 1991, 91)

Independientemente de lo que ocurriera en *El Colegio Nacional* y la *Academia de las Artes*, la señora Cuevas tenía razón en la primera parte de su acusación; sentenció con un aforismo: "Nunca dejamos de padecer a los envidiosos y mezquinos." En efecto, la envidia siempre está al acecho en cualquiera de sus formas: celos, ambición o destrucción. Nadie, incluyendo al pintor Cuevas, a usted y a nosotros, es tan perfecto como para desconocer este vicio, ni quiere ser es

especie de afición hacia las mismas cosas que acaba de abandonar; se desearía el bien que ya no gozamos, tampoco lo disfrutase el resto del mundo: es un sentimiento de envidia. (La Bruyère, *Los caracteres* —Del hombre—, No. 109)

Estas personas serían felices (o menos desgraciadas) si razonaran como Céfalo en la *República* de Platón: Cuando ceden los deseos y se relajan las pasiones debiéramos sentir alegría porque es como si nos liberamos de tiranos furiosos o de un amo terrible y cruel. Si, por el contrario, el instinto permaneciera encendido, es oportuno recordar que, según el presocrático Jerónimo, en el infierno también son castigados "los que no

tan perverso como para sucumbir a él. Ya como objeto, ya como sujeto, pocos escapan a la envidia. Si no podemos evitar este sino, siguiendo el argumento de Sócrates sobre la injusticia en el *Georgias*, es mejor padecerla que cometerla. Si hemos de padecerla, resignación. Si no podemos evitar cometerla, entonces hay que vigilar que no cobre tal dimensión que impida nuestra relación con los demás. Si no podemos destruir completamente esta pasión, hay que tener presente que un mal moderado, mientras exista, puede devorarnos al primer descuido. En el mejor de los casos, como el alcohólico, reconocerse víctima de la envidia puede facilitar el entendimiento de quienes sufren o han sufrido este mal. Además, "haber sido algo," dice Ortega y Gasset (1971, 49), es la fuerza que más automáticamente impide serlo. De aquí que reconocerse preso de la envidia o potencialmente envidioso es el primer paso para dejar de serlo.

De nueva cuenta, Oscar Wilde, en *el Abanico de Lady Windermere*, nos dice, "¡Qué lástima que en la vida aprendamos estas lecciones cuando ya no nos son útiles!" De nada vale descubrir al final de la vida que la felicidad plena siempre es elusiva. La verdadera felicidad es producto de la acción y no solo del pensamiento. Nos acercamos a ella por iniciativa de nosotros mismos, por una actitud que busca descubrir la armonía en las consonancias de la vida.

Sabremos que hemos controlado nuestra envidia cuando nos alegremos por el regocijo de otros. Este es el mejor honor que se puede brindar a (o recibir de) un hermano, un amigo o un colega. Fray Luis de León (1527-1591), encarcelado por la Inquisición, nos cuenta el mal que le causó la envidia y la vida que desea después de sufrir esa experiencia. En una Décima que dejó escrita en la pared de la celda, conocida como *Al salir de la cárcel*, dice:

*Aquí la envidia y mentira me tuvieron encerrado.
Dichoso el humilde estado del sabio que se retira
de aqueste mundo malvado, y con pobre mesa y casa, en el campo deleitoso
con solo Dios se compasa, y a solas su vida pasa,
ni envidiado ni envidioso.*

Alcances y limitaciones. Es bien sabido que para "cocinar la vida" no hay recetas. Nadie más puede hacer nuestro guiso y tenemos que aprender a combinar los ingredientes en las

quisieron usar de sus propias mujeres" (nótese que el plural permite incluir el caso de las culturas donde hay más de una esposa por marido).

proporciones justas. Los ingredientes son escasos, así que tenemos que diluir y contrarrestar un preparado que nos quedó amargo hasta afinarlo al buen gusto. Es deseable que estas páginas faciliten la comprensión de los hechos cotidianos. La idea básica es aprovechar nuestras experiencias cotidianas y aprender de ellas por reflexión propia. De esta manera es posible crear una base de datos de imágenes, situaciones y juicios para revalorar y guiar nuestros actos al "cocinar" la vida.

La revisión de lecturas en este ensayo está dirigida al público en general. Lo mismo puede ser de interés al ciudadano común que a personas de todos los niveles de una organización. Esperamos que esta revisión sea una guía general fácil de ilustrar (y lo sugerimos) con material de apoyo tal como pinturas, fotos, música o poesía. Los casos patológicos que requieran de ayuda profesional no son considerados aquí. En ningún momento buscamos "moralizar" o "desfacer entuertos." En la vida hay cierta "esfericidad" en las actitudes y cosas. Es fácil convertirse en verdugo tratando de ser un santo, o ser un santo sin preocuparse de ello. Tampoco queremos (ni podemos) escribir un tratado sobre la vida feliz; queremos, sobre todo, señalar algunas puntas de los hilos que cada quien tiene que juntar para seguir tejiendo su vida. En definitiva, parafraseando a Adam Smith, lo que proponemos es una invitación a reflexionar sobre la vida para revalorar nuestras actitudes de tal manera que cada quien buscando su propia felicidad la propicie en los demás.

Bibliografía [5]

- Aristóteles. 2000. *Ética Nicomaquea. Política*. México: Porrúa (Sepan Cuantos, No. 70).
También on line en:
<http://cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/221941815860355771315116/p0000001.htm#2> o
<http://www.swan.ac.uk/poli/texts> (en inglés).
-----Rhetoric. <http://www.rpi.edu/~honeyl/Rhetoric/rhet2-1O.html>
- Alighieri, D. *La Divina Comedia*. 16 Ed. México: Espasa-Calpe (Colección Austral)
- Berlin, Isaiah. 1992 (1978) *Penasdores rusos*. 2ª reimpresión. México: Fondo de Cultura Económica (Breviarios, No. 287).
- Boissier, G. 1986. *Cicerón y Sus Amigos*. México: FCE.
- Böll, Heinrich. 1986. *Más Allá de la Literatura. Ensayos Políticos y Literarios*. Barcelona: Bruguera.
- Cipolla, C. M. 1991 (1988). *Allegro ma non Tropo*. Barcelona: Grijalbo-mondadori.
- Coulanges, Fustel de. 2000 (1864). *La Ciudad Antigua*. Décimo segunda edición. México: Porrúa (“Sepan cuantos...,” Núm. 181).
- Crescenzo de, Luciano: *Historia de la Filosofía Griega*:
<http://www.vianetworks.es/empresas/lua911/html/crescenzo.html> (Segunda parte, pp. 7-45)
- Dewes Winspear, Alban. *Who was Sócrates?:* <http://chss.montclair.edu/english/furr/socrates>
(Primera Parte, pp. 39-46)
- Ekman, P. y W. V. Friesen. 1975. *Unmasking the Face*. USA: Prentice Hall.
- Elster, J. 1996. Rationality and the Emotions. *The Economic Journal*, 106 (438):
1386-97. (<http://home.sol.no/hansom/ar96rate.htm>)
- Elster, J. 1991. “Envy in Social Life,” en Richard J. Zeckhauser (editor), *Strategy and Choice*,
Cambridge: The MIT press.
- Epicteto. 1986. *Manual y Máximas*. México: Porrúa (Sepan Cuantos, No. 283).
- Foster, G. M. 1976. *Tzintzuntzan. Los Campesinos Mexicanos en el Mundo en Cambio*.
México: FCE.
- Berger, John. 2000 (1974). *Modos de Ver*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Girard, René. 1998 (1972). *La Violencia y lo Sagrado*. 3ª edición. Barcelona: Anagrama.
- Gracián, Baltasar. 1647. “Oráculo Manual y Arte de la Prudencia.” en Baltasar Gracián. *Obras completas*. (149-230).
- Grow, G. 1994. “Don't Hate Me Because I'm Beautiful: A Commercial In Context,” en Roy Fox (Ed.), *Images in Language, Media, and Mind*. USA: NCTE Press. Disponible on line en: <http://www.longleaf.net/ggrows/Hate/HateIndex.html>
- Hamburger, J. 1985. *El Diario de William Harvey. Biografía Novelada*. México: FCE
(Colección Popular, No.293).
- Hansberg, O. 1996. *La Diversidad de las Emociones*. México: FCE.
- Hernández Martínez, Luis. 2001. “7 pecados capitales de las empresas.” En *Expansión*, 16-30 mayo: 34-61

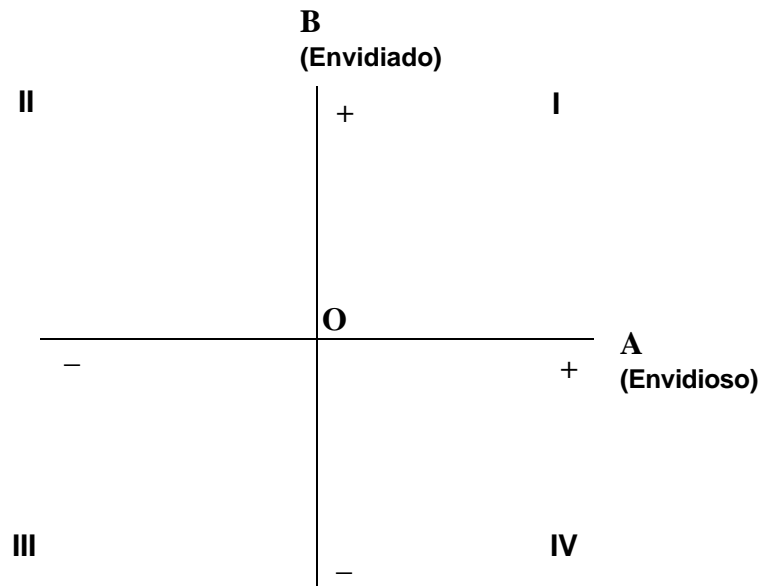
- Kevorkian, Martin. 1999. "A Pulpit of Envy: Girardian Elements in Emerson's Last 'Supper,'" en *Renascence*, 52: 1 (89-104).
- Laercio, Diógenes. 1984. *Vida de los Filósofos más Ilustres*. México: Porrúa (Sepan Cuantos, No. 427).
- Mandeville, B. 1997. *La Fábula de las Abejas*. México: FCE.
- Ortega y Gasset, J. 1971. *Historia como Sistema*. Madrid: Espasa-Calpe (Antología Austral)
- Platón. 2000. "La república." En *Obras Selectas*. España: Edimat Libros.
- Plutarco. 1973. "Vidas Paralelas," en (Sin autor). *Biógrafos Griegos*. Madrid: Aguilar.
- Reale, Giovanni. *Santippe, bisbetica o vittima?* <http://lqxserver.uniba.it/lei/rassegna/010715c.htm>
- Russell, B. 1985. *La Conquista de la Felicidad*. 13va. Ed. México: Espasa-Calpe (Colección Austral).
- *Proposed Roads to Freedom*. <http://www.mcmaster.ca/russdocs/russell.htm>
- Ruipérez, Martin S. y Antonio Tovar. 1979. *História da Grécia*. Barcelona: Montaner y Simón. En: *História do Direito Romano* en: http://www.dji.com.br/romano/historia_do_direito_romano.htm
- Sartori, G. 1998. *Homo Videns*. México: Taurus (Pensamiento)
- Sartori, G. 1998b. "La sociedad teledirigida." Uruguay: Conferencia en *Radio El Espectador*, 28 de octubre: <http://www.espectador.com/text/sartori/confer.htm>
- Séneca. 2000 (4 a.C.-65 d.C.). *Tratados filosóficos. Cartas*. 7ª edición. México: Editorial Porrúa, Colección Sepan Cuantos. . . , Núm. 281.
- Schopenhauer, Arthur. 1991. *La Sabiduría de la Vida. En Torno a la Filosofía. El Amor, las Mujeres, La Muerte y Otros Temas*. 2da. Ed. México: Porrúa (Sepan Cuantos, No.455).
- Schoeck, H. 1987. *Envy. A Theory of Social Behavior*. Reprint: USA: Liberty Press
- Tomei, P. A. 1995. *Envidia en las Organizaciones*. México: McGraw Hill.

Anexos [5]

1. Geometría social de la envidia (envidia y estupidez)¹³

Envidioso (individuo 'A') y envidiado (individuo B). Podemos analizar las combinaciones posibles envidioso-envidiado y sus efectos sociales a partir de un eje de coordenadas (Figura A.1). El eje del individuo 'A' mide el beneficio que obtiene con su acción. El eje del individuo 'B' muestra su ganancia como consecuencia de la acción de 'A'. Las ganancias de 'A' y de las personas con que se relaciona ('B' en este caso) se registran a la derecha y hacia arriba del punto O. Las pérdidas se miden hacia abajo y hacia la izquierda del punto O.

Figura A.1. Envidioso y el envidiado. Eje de coordenadas

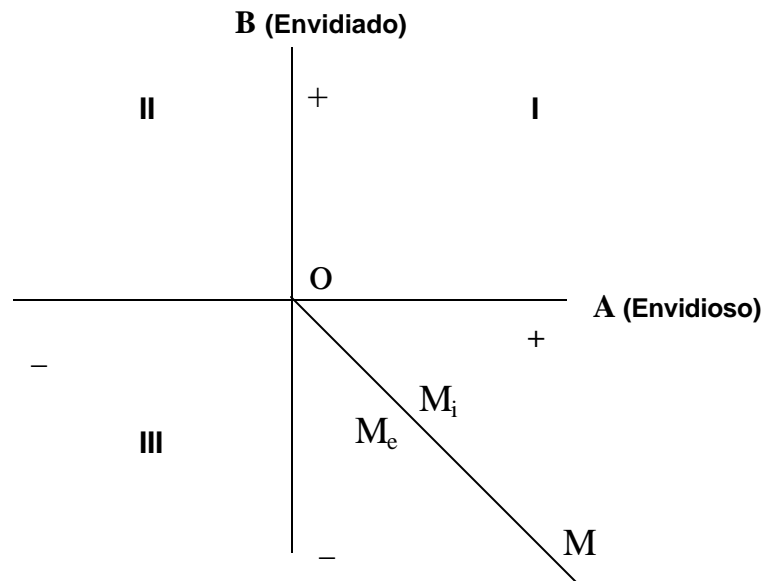


Hay más envidiosos estúpidos que malvados (Gráfica A.2). Si 'A' fuera un "envidioso perfecto," con sus acciones causaría a 'B' pérdidas equivalentes a sus ganancias. En la gráfica, el envidioso perfecto aparecerá sobre la diagonal de 45 grados (línea OM) que divide el área IV en dos subáreas M_i y M_e . Pocos son los envidiosos perfectos (sobre la línea OM); la gran mayoría

¹³ Basado en Cipolla (1991). Una aplicación de estos mismos diagramas de Cipolla en el tema del poder puede consultarse en Giancarlo Livraghi. 1996. *El Poder de la Estupidez*, en: <http://www.gandalf.it/esp/estupid.htm>

de los envidiosos se sitúan en algún punto en M_i o M_e . Los “envidiosos inteligentes” ocupan el área M_i ; obtienen ganancias mayores a las pérdidas que ocasionan a los demás (‘B’). La mayor parte de los envidiosos, sin embargo, se localiza en el área M_e . Los envidiosos en el área M_e obtienen beneficios inferiores a las pérdidas que ocasionan a los demás; se sitúan muy cerca del límite de la estupidez pura. Los “envidiosos estúpidos” están concentrados, en su mayor parte, sobre el eje de ‘B’, por debajo del punto O (valores negativos de ‘B’). En otras palabras, los “envidiosos estúpidos” causan daño a personas sin obtener ninguna ganancia para sí. Pero aún hay más. Existen personas que, con sus inverosímiles acciones, no sólo causan daño a otros, sino también a sí mismas. Estos son los “envidiosos superestúpidos,” que aparecerán en cualquier punto del área III, a la izquierda del eje de ‘A’.

Figura A.2. Envidiosos inteligentes y envidiosos estúpidos



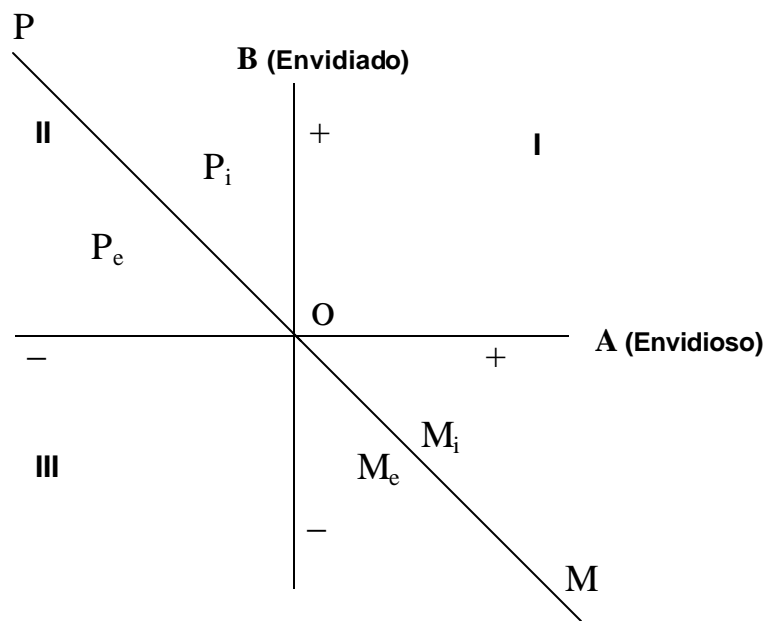
Desde el punto de vista del agregado social hay que tomar en cuenta que el envidioso perfecto no altera el bienestar social en su conjunto. Lo que gana uno lo pierde el otro. “Si todos los miembros de una sociedad fuesen envidiosos perfectos, la sociedad quedaría en situación estancada, pero no se producirían grandes desastres. Todo quedaría reducido a transferencias masivas de riqueza y bienestar a favor de aquellos que actúan con envidia. Si todos los miembros

de una sociedad actuara con envidia por turnos regulares, no solamente la sociedad entera, sino incluso cada uno de los individuos, se hallaría en un estado de perfecta estabilidad.”

Cuando la envidia se combina con la estupidez las cosas cambian completamente. Los “envidiosos estúpidos” (en áreas III y Me) ocasionan pérdidas a otras personas sin obtener ningún beneficio para ellas mismas. Por consiguiente, la sociedad entera se empobrece.

Inteligencia y estupidez en el objeto y sujeto de la envidia (Figura A.3). El daño que ocasiona el envidioso (‘A’) depende también del envidiado (‘B’). El envidiado, al igual que el envidioso, puede ser inteligente (área P_i) o estúpido (áreas P_e y III). Envidiosos y envidiados, si son inteligentes, incrementan el bienestar social [se sitúan a la derecha de la línea POM]. Si son estúpidos, sus acciones empobrecen la sociedad [se sitúan a la izquierda de la línea POM].

Figura A.3. Envidiosos y envidiados. Áreas para inteligentes y estúpidos



2. Aritmética de la envidia (envidia débil y envidia fuerte)¹⁴

El envidioso disfruta al ver una persona menos afortunada. El envidioso desea la destrucción del bien de los otros, aunque no reciba un beneficio (envidia débil) o pagando algún costo por ello (envidia fuerte). El envidioso débil quiere que la superioridad del otro sea eliminada. El envidioso fuerte desea que el otro sea inferior. Para ilustrar estos dos tipos de envidia, el filósofo Jon Elster (1991) propone una tabla con cinco situaciones (Tabla A.1).

Tabla A.1. Envidioso y envidiado. Combinaciones hipotéticas

	I	II	III	IV	V
A (envidioso) tiene	5	3	4	4	4
B (envidiado) tiene	5	3	5	4	3

Envidia débil. ‘A’ desea la destrucción de los bienes de ‘B’, siempre y cuando no le perjudique. Ejemplo: ‘A’ prefiere IV a III (‘A’ no acepta que ‘B’ tenga más, aunque él no pierda nada).

Envidia fuerte. ‘A’ está dispuesto a sacrificar parte de sus activos con tal de ver perjudicado a ‘B’. Ejemplo: ‘A’ prefiere II a III. Es decir, ‘A’ prefiere sacrificar el incremento en su beneficio con tal de que ‘B’ no lo supere. El gozo se ‘A’ sería mayor en una situación como la V (‘B’ tiene menos que él), preferida sobre IV (‘B’ está en una situación similar a ‘A’, sin que ‘A’ tenga que pagar nada) y aún sobre I (ambos pueden tener más, en igual condiciones). En suma ‘A’ preferirá todas las situaciones con superioridad sobre ‘B’, sin importar la dotación de recursos, que tenga que pagar un costo o deje de recibir un beneficio.

3. Lecturas recomendadas y comentadas

Este ensayo sobre la envidia puede ser un marco general para el análisis de la envidia y los remedios para superarla. El artículo, utilizando como pretexto una nota periodística, presenta la envidia como tema central. El escrito procura ser un diálogo entretenido y honesto, no un tratado filosófico. Es una base o marco general porque contiene nuestros criterios para revisar y

¹⁴ Basado en Elster (1991)

seleccionar varias lecturas y una de las muchas formas en que se puede analizar la envidia. Para complementar este análisis recomendamos diez lecturas que cubren la condición de ser envidioso o envidiado y la distinción entre la envidia privada y la envidia pública. Las primeras seis lecturas (Aristóteles, Francis Bacon, Bernard Mandeville, Bertrand Russell, José Ingenieros y Jon Elster) contienen reflexiones diversas sobre la condición de ser envidioso o envidiado y sobre la manifestación individual o pública de la envidia. Las últimas cuatro lecturas se refieren a la manifestación de la envidia pública. Así, las lecturas siete (Schoeck) y ocho (Tomei) refieren la envidia en la democracia y las empresas, respectivamente. Las lecturas nueve (Berger) y diez (Grow) presentan elementos para entender la envidia en la publicidad que se da en las democracias modernas. El resumen de cada una de estas lecturas es el siguiente:

1. Aristóteles. "Sobre la envidia" (*Retórica*). Después del texto bíblico de Job, Hesíodo es el primer autor clásico que escribe sobre la envidia. Aristóteles recoge el principio de Hesíodo de "iguales contra iguales" en el capítulo décimo de la *Política* y logra condensarlo en un enfoque propio, en el capítulo diez de su *Retórica*. La importancia de esta lectura es evidente si se considera que casi no hay escrito que no mencione implícita o explícitamente las reflexiones aristotélicas sobre la envidia.

2. Francis Bacon (1561-1626). "De la Envidia" (tomado de sus *Ensayos*). El ensayo, escrito en 1625, presenta las reflexiones de este famoso médico inglés que retoma algunas ideas de Aristóteles y recoge las creencias del siglo XVII sobre la envidia y la hechicería. Bacon, además, distingue claramente entre la envidia privada y envidia pública. También se preocupa por señalar remedios contra la envidia. En este ensayo, aunque breve, Bacon se las ingenia para enviar un mensaje que debieran tener en cuenta los departamentos de recursos humanos del siglo XXI: "Nada extingue mas la envidia hacia una persona importante que mantener a todos los empleados inferiores en los plenos derechos y preeminencias de sus cargos; porque, por este medio, habría muchas pantallas entre él y la envidia."

3. Bernard Mandeville (1670-1733), médico, ensayista y filósofo holandés que residió en Londres. "La misma envidia, y la vanidad, eran ministros de la industria" es un verso de su *Fábula*

de las Abejas (1729), comentado por el propio autor. Mandeville presenta a la envidia como una pasión colectiva que necesita de un chivo expiatorio para diferir la rebelión de las masas envidiosas. Sus ideas sobre la naturaleza de las pasiones y de cómo estas pueden ser positivas en el hombre inspiraron a Voltaire, Rousseau, Adam Smith, Benjamin Franklin, entre otros. Mas de dos siglos después, la vigencia de las especulaciones de Mandeville son evidentes en el pensamiento actual de Rene Girard sobre la envidia como un deseo imitativo o mimético. Voltaire, al definir la envidia en su *Diccionario Filosófico*, expresa lo siguiente:

Pienso que Mandeville, autor de la *Fábula de las Abejas*, fue el primero en probar que la envidia es una cosa buena, una pasión muy útil. Su primer razón es que la envidia es tan natural al hombre como el hambre y la sed; que puede encontrarse lo mismo en los niños que en los caballos y perros. Para provocar el odio en los niños basta con besar a uno mas que al otro; el secreto es infalible.

La tesis de que "los vicios privados hacen la prosperidad pública," aunque previamente sostenida por Montaigne, Le Rochefoucauld, Fontenelle y otros más, le valió el mote de "diabólico" (*mandevil*), que se presta al juego fonético entre esta palabra inglesa y su apellido holandés. El análisis de Mandeville es una omisión importante en el libro de Helmut Schoeck, *Envy: a theory of social behavior*, uno de los estudios mas completos que se hayan escrito sobre la envidia hacia finales de los años 1960's.

4. Bertrand Russell (1872-1970), filósofo y matemático inglés, nacido en Gales. "Envidia," es un capítulo importante en *La Conquista de la Felicidad* (1937). Apoyándose en Heráclito y en una aguda observación de la vida en nuestro tiempo, sostiene que la envidia es la base de la democracia. No olvida que la envidia, después de todo, es una pasión individual que debe enfrentar el hombre que desea ser feliz. Lo dijo un hombre que vivió casi 100 años.

5. José Ingenieros (1877-1925), médico, sociólogo y político argentino. "La Envidia" es el capítulo quinto de su libro *El Hombre Mediocre*. En esta lectura, el autor presenta un excelente resumen de la envidia como tema en el arte, especialmente en la literatura y la pintura.

6. Jon Elster. (1940 —), filósofo. A algunos de sus escritos están disponibles *on line* en la *webpage* mantenida por Hans O. Melberg:

<http://www.geocities.com/hmelberg/elster/elster.htm> Nos hemos basado en su artículo “Envy in Social Life,” (1991, no disponible *on line*) para escribir el anexo “Aritmética de la envidia (envidia débil y envidia fuerte).” Elster pregunta, ¿Qué es lo que envidiamos a otros? La gente es envidiada por lo que son o por lo que tienen. En general, los objetos de la envidia pueden ser de dos tipos: bienes transferibles y bienes no transferibles. Ejemplos de los bienes transferibles son el conocimiento, el *status* y la riqueza. Los bienes no-transferibles incluyen la salud, belleza, educación, y carácter. Elster afirma también que el altruismo hacia los desposeídos en realidad puede ser una estrategia para evitar ser envidiado o, al menos, reducir la intensidad de la envidia (Elster 1991, 55).

7. Helmut Schoeck (1922 —), filósofo austriaco, ciudadano naturalizado en los EE.UU. "La Política y la Disminución de la Envidia" (Politics and the Appeasement of Envy), es el capítulo doce de *Envy: A Theory of Social Behaviour* (1969). Esta lectura muestra la manifestación de la envidia en la política. Schoeck simpatiza con el francés Eugene Raiga que sostiene que la envidia, aunque inevitable, puede ser controlada por mecanismos sociales y estrategias personales que permiten la coexistencia y la cooperación entre los hombres. La lectura continúa en las siguientes páginas escogidas del mismo libro de Schoeck: "Permitir el Lujo es Provocar la Envidia" (To Indulge in Luxury is to Provoke Envy), "Consumo Conspicuo" (Conspicuous Consumption) y "La Aceptación Política del Lujo" (How Luxury Remains Politically Acceptable). Estas páginas ilustran la propensión humana de sentirse envidiado. Presentan varios ejemplos para mostrar que el consumo de determinados bienes provoca la envidia de los demás. Es una buena introducción a la lectura sobre la envidia en la publicidad.

8. Patricia A. Tomei. "La Psicología de la Envidia en el Contexto Empresarial" es el capítulo nueve de su *Envidia en las Organizaciones* (1994). Es uno de los pocos libros que analizan la envidia en las organizaciones. La autora asume el principio freudiano de que el envidioso no admite que es un hombre incompleto y supone que el envidiado dispone de esa plenitud. En su enfoque psicoanalítico, la envidia, aunque inevitable, no es insuperable. Con el objeto de

analizarla, la lectura divide la envidia en tres categorías que ilustra con estudios de caso: envidia sublimada (normal), envidia neurótica (intermedia) y envidia perversa (patológica).

9. John Berger. Capítulo siete de *Formas de Ver (Ways of Seeing, 1972*, hay traducción al español). Nos basamos en este capítulo para desarrollar el acápite de la envidia en la publicidad. A lo que ya hemos señalado en este ensayo, podemos agregar: “La imagen publicitaria le roba [al individuo] el amor que siente hacia sí mismo tal cual es, y promete devolvérselo si paga el precio del producto.” La publicidad persigue a la persona a todas partes para convencerla que no es nadie si no es envidiado; la incita a ser *alguien* cultivando deliberadamente la envidia de los demás. El *glamour* es la felicidad de provocar la envidia de los demás; de eso se encarga la publicidad. A pesar de haber sido escrito en 1972, el capítulo siete de este libro de Berger aún es vigente hoy en día.

10. Gerald Grow. "No Me Odies Por Ser Bonita: Un Commercial en Contexto" (*Don't Hate Me Because I'm Beautifull: A Commercial In Context*). Es un estudio relativamente reciente (1994), inspirado por *Ways of Seeing (1972)* de John Berger, sobre el uso de la envidia en la publicidad.