

De la disrupción liberal a la ética del entramar

“Toda mirada sobre la ética debe percibir que el acto moral es un acto individual de entramar (“relier”): entramar con el prójimo, entramar con una comunidad, entramar con una sociedad y, en el límite, entramar con la especie humana.”
Edgar Morin, El Método 6 – Ética (Paris, 2004)

La propuesta de poner en tensión conceptual los vocablos *disrupción* y *ética* viene de la intuición (por confirmar en la reflexión y el debate), que ahí se plantean puntos de pensamiento y acción diferentes y complementarios. Nuestra tesis es que la *disrupción* pone en evidencia un pensamiento disyuntivo y la *ética*, un pensamiento complejo. Por consiguiente, donde hay fuerzas que separan y destruyen, generar pensamiento crítico, pedagogía y educación es más que un deber ético, es un imperativo de regeneración necesaria para la sobrevivencia de un sistema abierto. De igual manera, nuestro tema pone de manifiesto poli crisis que atestan la existencia de un conflicto de paradigmas entre las dinámicas de lo tradicional y lo moderno, entre cosmovisiones y cambios radicales y generacionales.

El desafío reside en que la disrupción aparece, en el ámbito socio-económico, político y hasta cultural contemporáneo, como una propuesta liberal inédita, que regenera el capitalismo tradicional, la dinámica empresarial y la gestión del cambio en situación de crisis de mercadeo, es decir, regenera el sentido y dinamiza el entramado comunitario necesario a la conducción de políticas públicas o privadas, inspirándose en la revolución digital y en la economía algorítmica. La dinámica disruptiva conllevaría entonces, en su lógica innovadora, la emergencia de un dato inédito y de un hecho cualitativo que rompería los círculos viciosos de los sistemas económicos, sociales, políticos y culturales.

La *disrupción* es corte, ruptura e intrusión que busca “liberar energías” (“innovación destructora”, diría Schumpeter¹), generando así un choque propicio o impropio de tradiciones y culturas. ¿Cómo lo hace y qué consecuencias trae? Lo hace desgranando, dispersando y desnuclearizando los componentes del sistema existente. Las consecuencias que trae, en la ruptura de los tejidos propios a un sistema familiar, empresarial, nacional, internacional, social, económico, político y cultural aparecen en lo que ocurra cuando hay “rio revuelto” o después de “patear” las fichas, las reglas y costumbres del juego.

¹ Hay que tener en cuenta la diferencia entre “innovar” e “inventar” en el sistema económico del desarrollo capitalista, según Schumpeter. Lo primero implica la introducción de una novedad en la esfera económica, lo segundo una novedad en el plano de la técnica o de la ciencia. La innovación, acota Schumpeter en *Business Cycles*, “es posible sin nada que pueda ser identificado como una invención y la invención no conduce necesariamente a una innovación”. En la misma obra, el concepto de innovación se define como sigue: “Si en vez de alterar la cantidad de los factores alteramos la forma de la función tenemos una innovación [...] definiremos la innovación simplemente como la creación de una nueva función de producción.” SCHUMPETER, Joseph (1939), *Business Cycles*, Nueva York: McGraw-Hill, Vol. I, pp. 84 y 87-88

¿Cómo contrabalancear la disrupción? Proponemos hacerlo con la ética del entramar.

La *ética* es una forma de ser en cuanto a la manera de comportarse, por lo que la *ética* le apunta más a forjar carácter y a la pedagogía. Con lo cual se requiere voluntad y energía. Al romper códigos, tradiciones y reglas, la *disrupción* libera fuerzas y genera situaciones que se pueden enfrentar con la moral, el orden o las reglas existentes, pues lo que emerge de entrada es caótico. En tal caso, diríamos que la *disrupción* des-une o des-entrama, mientras que la *ética* une y entrama. Un comportamiento ético genera naturalmente confianza (deontología, por ejemplo), lo disruptivo provoca desconfianza, por lo abrupto, lo inesperado y lo inapropiado.

¿Dónde reside entonces la complementariedad posible, la conjunción en juego creativo entre lo ético y lo disruptivo? ¿Puede la *disrupción* liberar energías que sirvan a fraguar caracteres, en relación de confianza y comportamiento ético? ¿Con qué artificios conceptuales captar, en su debido momento, lugar y contexto la novedad de la innovación o lo realmente cualitativo? Pues téngase por entendida esta alerta de Bernard Stiegler: “La disrupción es lo que va más rápido que toda voluntad, tanto individual como colectiva”². La dinámica disruptiva provoca reacciones en cadena. El arte reside en restablecer las regulaciones necesarias al equilibrio momentáneo, pero necesario, del sistema en ebullición permanente.

Razón por la cual percibimos en la *disrupción* y la *ética* una convocatoria al pensar, pues la explosión voluntaria o accidental de los sistemas de convivencia genera estragos y hasta horrores. La historia del mal absoluto, la de los crímenes de lesa humanidad nos enseña que, cuando no se piensa, se sufre la barbarie. Luego, el mal también tiene su historia propia, no surge de la nada. Pensando con Hannah Arendt³ y con Edgar Morin⁴, hay que considerar a la falta de pensamiento crítico, es decir, al comportamiento irreflexivo y a la carencia de *ética* como un síntoma radical de totalitarismo mental y de debilidad humana, ante la potencia maligna, su actualización y banalización. Acotemos, ahí mismo, que también tenemos que imaginar la positividad del caos y el posible parabién de la *disrupción*.

Ética no es moral. La *ética* entrama la incertidumbre e implica la apuesta por ser o no ser en una encrucijada. La moral conlleva de entrada norma social y/o ley natural, que se debe y/o tiene que aplicar en la encrucijada. Tratando de salvar la condición obligatoria de la acción moral, Kant le construye un edificio paradigmático monumental, en la *Crítica de la Razón Pura*, acordándole a la moral una consecuencia lógica racional y el estatuto de *Imperativo categórico*⁵. Pero dicho imperativo, sin la fuerza de la ley, es decir, dejado a la simple buena voluntad, no siempre es efectivo ni eficaz. Por lo cual, se requiere

² Cf. STIEGLER, Bernard. *Dans la disruption. Comment ne pas devenir fou ?* Ed. Babel Essai, Paris, 2016, p. 24

³ Cf. ARENDT, Hannah. *Eichman in Jerusalem : A Report on the Banality of Evil*, New York, The Vinking Press, 1963

⁴ MORIN, Edgar. *La méthode 6 - Ethique*. Editions du Seuil, Paris, 2004

⁵ KANT, Emanuel. Ediciones Orbis, Barcelona, 1885

propedéutica y ejemplaridad. *Ética* y moral pueden coincidir “río abajo” (valga la figura acuífera en el tema de la mesa), si y solo si, la acción es justa, amén de legal. Pues la historia trae a colación muchas acciones llevadas a cabo con la moral en punto de mira, o con la simple regla legal, y sin embargo, se revelaron injustas y hasta atroces. El caso de los administradores legales del régimen nazi en los campos de concentración, por ejemplo. O el caso de los civiles y militares que aceptaron la malignidad de los “falsos positivos”. Los crímenes de guerra o las guerras de religión tienen ejemplos a granel para preparar propuestas sensatas y éticas de no repetición, para salir sensatamente del círculo vicioso de la violencia.

Origen socio-económico del vocablo disrupción y desafío a la ética del entr-amar

“Disrupción”, como marca reservada, es una metodología publicitaria que pertenece, desde 1992, a la Red de Publicidad Internacional *TBWA Worldwide*, con sede en Nueva York. Jean-Marie Dru⁶ fue el creador del vocablo que introduce, en el estudio estratégico de un producto publicitario, los temas de “ruptura”, “catástrofe”, “terremoto”, “tsunami”, tejiendo una trama donde las tradiciones y las costumbres del sistema estudiado sean difractadas para generar caos y miedo, liberando así, de repente y hasta brutalmente, supuestas “nuevas energías”. Ser liberadores de nuevas energías, es el lema retórico de los nuevos sofistas de la cité. O proponer estrategias para reutilizar las energías existentes, pero que se hayan esclerosadas y requieren ser utilizadas diferentemente. Con todo, se considera que la disrupción es como un fármaco que violenta el cuerpo del sistema en busca de sus puntos de quiebre, es decir, brusca y brutal liberación energética; se espera, sea saludable para reformar o transformar la identidad o la marca del sistema o del proceso anquilosado. El lema disruptivo sería: “o cambias o te mueres”. El peligro grave, en tal remedio choque, radica en quemar todo el monte para acabar con la supuesta maleza.

Dru propone que la estrategia para repensar la marca publicitaria o la identidad de una empresa, es decir, que el *filosófeme disruption*, se entienda en tres movimientos distintos y complementarios: 1- Lo *Convencional* valida costumbres, fija pensamientos y comportamientos; 2- Lo *Disruptivo* rompe lo *Convencional* y reposiciona la *Marca* con *Identidad* renovada, sin perder totalmente lo tradicional; 3- La *Imagen* y el eslogan de la *Marca* redefinen el mercado y condicionan la oferta y la demanda desde la nueva economía. Durante esas tres fases, la disrupción no se entiende como causalidad ni finalidad del proceso, sino como lo propio a lo meridiano o a la intermediación. Poniendo en tensión la dimensión positiva de la noción de ruptura, Dru define la *disrupción* como un “salto creativo”. Resuena en su definición los temas de “innovación creadora” (Schumpeter) y “salto cualitativo” (Henri Bergson).

¿La diferencia que aporta la estrategia disruptiva es cuantitativa, cualitativa o ambas? Ahí reside el nudo gordiano de la relación entre *disrupción liberal y ética del entr-amar*, en

⁶ DRU, Jean-Marie. *Le saut créatif*. Editions Lattès, Paris 1984 y *Disruption, briser les conventions et redessiner le marché*. Editions Village Mondial, Paris, 1997

clave de desarrollo sostenible para cualesquier sistema y subsistemas en lo individual, natural y social. Acotemos que igual valor agregado debe haber, decíamos antes, en la diferencia de naturaleza que Schumpeter propone en sus estudios sobre la salida de los ciclos del sistema capitalista, cuando se trata de distinguir entre innovar e inventar.

El éxito de los Gabinetes en estrategia publicitaria para políticas empresariales, privadas o públicas reside hoy, como ayer (cf. la época de los Sofistas de la Grecia de Pericles, contra quienes Sócrates opuso la dialéctica y la ironía⁷), en aportar la prueba cualitativa, la positividad de la ruptura, la fractura y la *disrupción*: mostrar que la estrategia disruptiva es calidad, lo máximo, el éxito publicitario asegurado para renovar la marca, la imagen y la identidad de un sistema individual, empresarial o ambiental.

El pensamiento en acción que reivindica la disrupción busca crear asombro, expectativa, innovación; generar nueva dinámica, gestión del cambio mental, individual y colectivo; modernizar con ello el producto, el mercadeo; diversificar clientes o usuarios; utilizar la creatividad de nuevas necesidades, a través de la economía digital; apostarle a lo inédito; combatir el miedo y modernizar las costumbres. ¿En busca de qué? En busca de lo que tenga “más valor”, “más originalidad” y “menos superficialidad”.

El enigma reside entonces en poder definir en qué consiste el valor real de la ruptura. Toda *disrupción* no es prueba de creación, ni de innovación, ni la energía liberada se transforma necesariamente en creatividad. La estrategia disruptiva conlleva, evidentemente, una fase de caos y dispersión. ¿Qué es, pues, el valor positivo, el valor agregado, la conciencia positiva, para utilizar palabras hegelianas, que conlleva la *disrupción*? La ruptura por la ruptura, el cambio por el cambio es círculo vicioso, es buscar que *todo cambie para que nada cambie*. ¿Dónde reside lo propio y lo pertinente de la estrategia disruptiva para una empresa individual, familiar o colectiva? ¿Cuál es el canon que define el cambio justo y el desarrollo sostenible de un sistema?

La *disrupción* intriga, asombra y no basta en la trama estratégica para el cambio, la reforma y la transformación de un sistema. Su valor positivo apunta a lo potencial, a lo inédito y a las nuevas oportunidades que se esperan, frente a la pesadez de la rutina, la burocracia y la tradición desalmada, los ideales desesperados, vaciados de puntos cardinales y de significados compartidos por la comunidad.

La estrategia disruptiva ha pasado del espacio publicitario al socio-político y al económico. Véase por ejemplo, el caso de la elección presidencial 2017 en Francia, donde el lema *en même temps* (“al mismo tiempo”) del nuevo partido que no se dice partido, sino “movimiento” (*En Marche*), del entonces candidato Macron, creó un choque disruptivo en los programas mentales, informáticos y programáticos, en las convicciones ideológicas tradicionales de la derecha y de la izquierda; véase también el caso de la presidencial en los

⁷ Cf. De ROMILLY, Jacqueline. *Les grands sophistes dans l'Athènes de Périclès*. Ed. Le Livre de Poche. Paris, 2004

Estados-Unidos, un año antes, donde la “postverdad” y las *Fake-News* crearon un choque disruptivo en el tradicional debate entre conservadores y progresistas. En el ámbito económico, véase el caso del mercado llamado “Uber”, que interpela, desde afuera, el funcionamiento regulador tradicional de ciertos sistemas de mercado, generando un salto cualitativo, al transferir la oferta y la demanda a otro tipo de economía, es decir, a la economía llamada digital o algorítmica. La tecnología digital juega un papel capital para comprender los mecanismos de la *disrupción liberal*, en particular la elaboración y patentes de algoritmos predeterminados en seguros para la salud o la venta de nuevos productos. El nudo gordiano reside en la “big data”, es decir, en el manejo estratégico de estadísticas y bases de datos, con estadísticas sofisticadas, manipuladas y manipulables en escala mundial. Véase el escándalo *Cambridge Analytica*. La empresa fue acusada por comprar los datos de una aplicación que, a través de Facebook, recopiló en 2014 información de 277.000 cuentas de forma directa y alcanzó a unas 87 millones de personas en todo el mundo. La herramienta preguntaba acerca de sus gustos políticos y luego creaba perfiles de votantes y personalizaba los contenidos que les llegaban a través de Internet, generando *fake news* en favor de la propuesta del candidato Trump y satanización del *establishment*. La consultora habría usado esos datos para desarrollar un software que pudiera predecir e influir en las elecciones estadounidenses de 2016. Mutatis-Mutandis fue lo ocurrido durante el plebiscito colombiano en 2016, generando falsos relatos para que la gente saliera a “votar verraca”.

Con todo, la estrategia disruptiva se ha beneficiado de la revolución digital y hace de ésta la espada y el escudo para considerar a los “disruptos” como los nuevos descubridores de oportunidades, los capitanes de la economía con éxito, especialmente en el ámbito del capitalismo financiero, renovado y líquido, pero no sólo ahí, también en la estrategia política para llevarse con el poder o en la seducción, psicológica y cultural, para obtener sin mediaciones ni relatos complejos, el objeto del deseo. Razón por la cual, el comportamiento disruptivo convoca un tema moral, en ciertos casos, ético en todos.

Si entendemos por “moral” el conjunto de leyes, normas y reglas, escritas o tacitas del que una sociedad se dota para regular la inclusión de lo extranjero al sistema, entonces podemos entender que el filósofo Bernard Stiegler vea en la *disrupción* una “nueva forma de barbarie”⁸, es decir, un desafío contra la Razón ilustrada y contra la Modernidad. Acotemos que las categorías “ilustración” y “modernidad” se entienden ahí, como si todavía estuviesen basadas en una regulación razonada del Progreso, la Libertad y la Democracia, como si todos los sujetos de una comunidad entendieran, en clave racional, el tríptico fundador de la sociedad moderna, republicana y democrática, o en términos de Hegel estudiando las consecuencias de la Revolución francesa, como si los ideales de la “ciudad celeste” se realizaran en la “ciudad terrestre”, gracias al tríptico revolucionario: *Liberté/Egalité/ Fraternité*.⁹ Acotemos también que la filigrana en juego reside, para bien o

⁸ Idem, chapitre 1 - *La disruption une «nouvelle forme de barbarie »*.

⁹ HEGEL, *Lecciones sobre la filosofía de la historia universal*; traducción de José Gaos, Alianza Editorial, Madrid, 1989

para mal, en que los valores tradicionales de la Modernidad ya no alimentan las justificaciones del Capitalismo, ni las de la Democracia, razón por la cual, la estrategia disruptiva aparece como una fuente energética nueva para justificar las necesidades del *Capital Novo*, en particular riesgo e innovación, es decir, retomando la idea de la innovación, como “creación destructiva” (Schumpeter), habrá que repensar en la nueva economía liberal, financiera y digital, como en una “estrategia disruptiva”. Entendemos por qué importa un llamado a poner en tensión *disrupción & ética*, pues una de las dos caras complementarias de la finalidad ética es, como lo propone Edgar Morin: “la resistencia a la crueldad y la barbarie”¹⁰. La otra es “la realización de la vida humana”.

¿Cómo, entonces, repensar antiguas y nuevas categorías de pensamiento para liberar la Razón de sus demonios y pesadillas, de sus ambiciones totalitarias e instrumentalistas, de su maniqueísmo y su estigmatismo, de su paradigma disyuntivo y bipolar?

La *ética* que se necesita para regular la violencia de la *disrupción* es compleja, en sentido moriniano. Es decir, un comportamiento que entr-ama constantemente las tres dimensiones fundamentales de la identidad humana: lo antropológico, lo individual y lo social. Lo propio de la vida plena y la plena conciencia es entr-amar. Lo cual responde a una necesidad cósmica, vital, social y cultural.

Es pues urgente pensar en clave de complejidad un nuevo paradigma mental, sus nuevas categorías, su nueva lógica y su nueva propuesta, en metodología estratégica y menos programática. Pero esto requiere una revolución educativa. Ahí está el reto para enfrentar, con yudo mental, el caos de la *disrupción* y, desde las dinámicas de las “nuevas barbaries”, de las poli-crisis, la posverdad y las *fake news*, fraguar la metamorfosis de un humanismo con ética del entr-amar, con responsabilidad y solidaridad. /

Por Nelson Vallejo-Gómez

Bachiller del Liceo de la Universidad de Antioquia

Licenciatura, Maestría y Especialización en Filosofía Moderna y Contemporánea por la Universidad Sorbona-Paris IV

Doctor Honoris Causa por las Universidades de Caldas (Manizales), Nacional de Tumbes y Cajamarca, Ricardo Palma (Perú)

Director científico del Programa PREFALC y Co-director del Laboratorio en ciencias humanas y sociales, GRECOL-ALC en la

Fondation Maison des Sciences de l'Homme (Paris) - <http://www.fmsch.fr/fr/recherche/24250>

Cf. blog personal: www.nelsonvallejogomez.org

¹⁰ MORIN, Edgar. *El Método 6 – Ética*. Trad. Ediciones Cátedra, Madrid, 2016. p. 226