

Anuncio **CRITEO**

Notificar este anuncio

Gestión anuncios

Columnista



## El transporte público y el crecimiento personal



Edistio Cámere



04 May 2024 2:50 h

A primera vista, puede sonar a despropósito sugerir relación alguna entre ambos conceptos. Antes de continuar, y a modo de atinencia, diré que me refiero exclusivamente al transporte público limeño. Desde los antiguos filósofos griegos y actualizado por los modernos, especialmente por Leonardo Polo, se afirma que el mejor modo de crecer como persona es aprovechando el tiempo. El transporte, el desplazamiento, es una actividad medial radicada en el tiempo que, como tal, se destina a un fin. ¿Afecta o no al crecimiento humano que se gaste en promedio cada día 150 minutos, viajando en transporte público? Lo embrollado del transporte limeño, en cierto modo, sustrae, hace gastar y extingue el tiempo del usuario. Al no poder reponerlo, no lo dispone para realizar –a elección– una variedad de actividades mediales. Estar en familia: conversando o haciendo cosas juntos; estudiar, cultivar las amistades, así como intereses artístico-culturales, participar en acciones sociales, comunitarias o parroquiales y un gran etc. Estas y otras actividades similares en enjundia, se despliegan en el tiempo que no es perdido o gastado, al contrario, es tiempo aprovechado para el crecimiento personal. Primero, porque se dispone con autonomía de aquel con un propósito determinado. La intervención de la libertad implica una positiva valoración de ese propósito o fin al que conduce una determinada actividad medial. Segundo, la ejecución de una actividad con sentido, por ejemplo, el estudiar es un modo de aprovechar el tiempo porque “los efectos o resultados” se quedan, permanecen como insumos en el autor.

Todo ser humano cuenta con el mismo tiempo: 24 horas al día para progresivamente crecer como persona. Para conseguirlo, precisa de medios o actividades mediales que ella configura y el plexo social le procura a través de bienes y servicios. El saber disponer de ellos supone una variedad de oferta, claridad en el fin ¿para qué quiero ese medio? y la posibilidad de elegir. El poder disponer de medios tiene que ver más bien, con la restricción en la oferta y en la posibilidad de elegir. Cabe aclarar que, en ambos casos, aquellos tienen un propósito: ayudar a crecer; desde esta óptica todos los bienes y servicios que se brindan tienden a satisfacer necesidades, es decir, se enfocan hacia un bien.

El objeto principal –sin duda– que las instituciones que ofertan bienes y servicios (medios) no es la búsqueda del bien moral del usuario, más bien, es a éste a quien le corresponde –con el medio en la mano– determinar el fin. Con todo, sí le incumbe a quien suministra el medio que su confección, calidad y oportunidad tengan el rigor profesional esperado y no pocas veces, anunciado públicamente. En suma, la puesta en oferta de un bien o servicio como