

BOOK REVIEW

por Oscar Licandro -
Universidad Católica del Uruguay

HUMANIZAR LA ECONOMÍA. Reflexiones sobre la "Economía de Comunión".

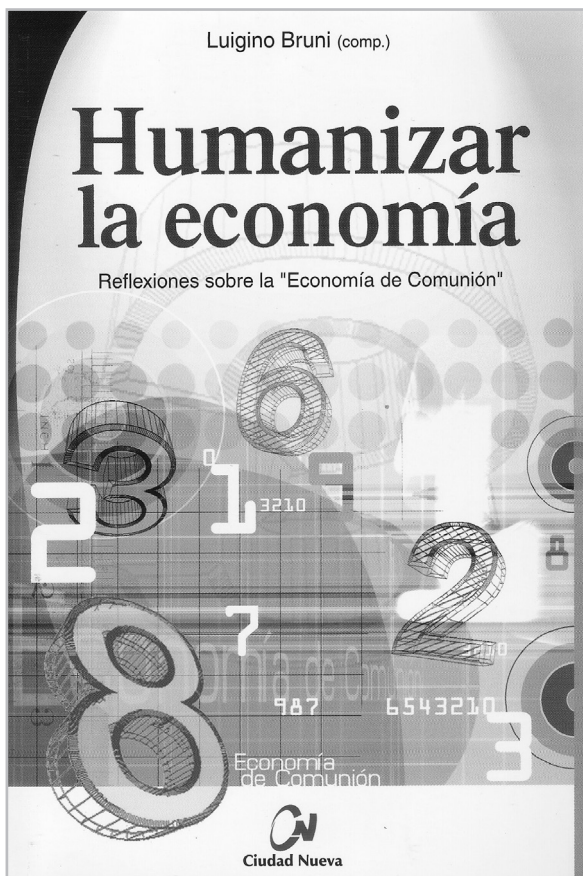
LUIGINO BRUNI
(COMPILADOR)

Editorial Ciudad Nueva

País: Argentina

Número de páginas: 160

ISBN : 950-586-135-4



Este libro reúne ocho artículos sobre la Economía de Comunión (E. de C.) compilados por Luigino Bruni, que fueron publicados por primera vez en italiano en 1999. Su título original fue: *Economia di comunione: per una cultura económica a più dimensioni*. En la Introducción Bruni señala que esos artículos se pueden dividir en dos grupos. Los primeros tres son ensayos de naturaleza introductoria al concepto, mientras que los cinco restantes son de tipo *disciplinario*, es decir, abordan el tema desde la perspectiva de las ciencias económicas. En relación a este segundo grupo, Bruni señala que "son antes que nada un intento de comenzar a hablar, con el lenguaje de las ciencias económicas, de lo que es la E. de C., en qué consiste su especificidad y cómo se relaciona con experiencias semejantes" (pág. 5). Según el compilador de esta obra, estos cinco artículos coinciden en plantear "la necesidad de que la ciencia económica amplíe su ángulo de visual, a fin de poder comprender y describir en su peculiaridad" este fenómeno.

El primer artículo reproduce una ponencia de Chiara Lubich¹ ante el Consejo Europeo el 31 de mayo de 1999. Según Bruni, esta exposición "representa una sintética y límpida descripción del background cultural y espiritual de la historia y las características de la E. de C., que constituyen un constante punto de referencia para los otros ensayos" (pág. 4). El artículo comienza con un breve relato histórico sobre los orígenes de la E. de C., que se remontan a 1991 en San Pablo, Brasil, durante un encuentro internacional del Movimiento de los Focolares. Fue allí que

¹ Chiara Lubich es la fundadora del movimiento católico de los Focolares, que actualmente tiene presencia en 182 países (www.focolare.org)

nació la idea de crear empresas entre cuyos fines se incluyera la generación de ingresos para distribuir entre personas pobres e indigentes; empresas que, según Lubich, fueran “puestas en manos de personas competentes, capaces de hacerlas funcionar con eficiencia para obtener ganancias” (pág. 11). Estas empresas, “si bien operan en el mercado, proponen como propia razón de ser, hacer de la actividad económica un lugar de encuentro en el sentido más profundo del término, un lugar de ‘comunidad’” (pág. 13).

La E. de C. redefine el propósito de la empresa, que deja de ser la maximización de la ganancia de los accionistas. Según Lubich (pág. 14) estas empresas se comprometen a: 1) destinar una parte de sus utilidades a “aliviar directamente las necesidades más urgentes de las personas que atraviesan situaciones de dificultad económica”; 2) promover en su interior “relaciones leales y de confianza, con la mirada puesta en el interés general” y 3) “vivir y difundir una cultura del *dar*, la *paz*, la *legalidad*, de atención al *ambiente*... dentro y fuera de la empresa”. Además, en este artículo Lubich realiza una breve descripción de las características identitarias y distintivas de este tipo de empresas. La segunda de esas características consiste en que la E. de C. “propone comportamientos inspirados en la gratuidad, solidaridad y atención a los últimos, no solo mediante actividades sin fines de lucro, sino principalmente con empresas cuyo fin es obtener ganancias, ganancias que luego se ponen en común con una perspectiva de comunidad” (pág. 15). La cuarta afirma que “los destinatarios de una parte de las utilidades no son considerados como ‘asistidos’ o ‘beneficiarios’ de la empresa. Son miembros esenciales del proyecto” (pág. 15).

En el segundo artículo, bajo el título “¿Qué persona y qué sociedad para la Economía de Comunidad?”, Vera Araújo plantea la necesidad de superar el enfoque economicista del desarrollo. Rescata la propuesta de Amartya Sen sobre el Desarrollo Humano y argumenta que este desarrollo requiere una nueva concepción antropológica, que llama el *Homo donator* (en oposición al *Homo economicus* de la economía neoclásica” y al *Homo consumers* dominante en la cultura actual): un ser humano, “capaz de ejercer el *don*, la coparticipación en el ejercicio de las actividades públicas, y particularmente en las económicas” (pág. 19). La autora propone la necesidad de una nueva cultura que llama *cultura del dar*, que no consiste en la beneficencia, la filantropía o el asistencialismo: “se trata más bien de conocer y vivir la dimensión del darse y del dar como esencial a la sustancia y la existencia de la persona” (pág. 19). Según Araújo, las relaciones de don tienden a ser recíprocas y como consecuencia de ellas nace la comunidad. “La sociedad que de ello deriva se articula como comunidad porque la comunidad es la esencia misma de la sociedad y de la persona” (pág. 19). Es en ese sentido que la autora afirma que la comunidad puede asumirse como una categoría económica: “la comunidad no sólo es posible y actuable en las relaciones interpersonales y sociales, sino que entra por propio peso, diría por derecho propio, en la realidad económica, en sus estructuras” (pág. 27). El artículo concluye con una fuerte afirmación: “La búsqueda de una sociedad cada vez más “civil”, participativa, armoniosa, es decir, capaz de crear las condiciones para la felicidad y el bienestar de los individuos, de las comunidades y de los pueblos, exige que se supere esta economía conflictual, competitiva, sin límites, agresiva, alienante... Esto demostraría la actualidad de la Economía de comunidad como punta avanzada de una economía alternativa a la vigente” (pág. 28).

El tercer artículo es el testimonio de Alberto Ferrucci, quien en aquella época se desempeñaba como administrador delegado de Prometheus S.p.A., una empresa italiana dedicada a la actividad petrolera. Ferrucci narra su experiencia personal cuando su sector de actividad experimentó dificultades extremas. En esa época, mientras otras empresas del sector “no pudieron mantenerse a la altura de la situación”, la suya pudo salir adelante sobre la base de “la unidad

de intenciones” y “el esfuerzo conjunto de todos” (pág. 30) los integrantes de la empresa. Según Ferrucci, “El involucrar a todos los operadores en la dirección de los objetivos empresariales, que pueden representar no sólo ganancia para los socios sino también calidad de la producción y sentar las bases para nuevos trabajos y desarrollos, logra crear un ambiente de relaciones solidarias en las que cada uno puede actuar sin temores ni cálculos de conveniencias personales, por lo que puede expresarse al máximo nivel del trabajo humano, el trabajo creativo” (pág. 30).

En este artículo su autor reflexiona sobre la importancia y el rol del empresario en la E. de C. Este enfoque lo “involucra en primera persona, primer protagonista de la economía de mercado: partir del empresario es fundamental, porque el modo de ser empresario plasma toda la empresa, define sus comportamientos y prioridades”. A los empresarios de la E. de la C. los “impulsa la vocación natural, no solo la sed de dinero”. Ferrucci sostiene que la E. de C. no es un nuevo modelo económico, “sino una economía nueva por hombres nuevos que viven la cultura del dar”. Para él la E. de C. es un ejemplo de la función social de la empresa tal como ésta se propone en el pensamiento social cristiano. El artículo concluye con una reflexión sobre el potencial del enfoque de la E. de C. para construir capital relacional, un capital clave para enfrentar los momentos de dificultad y que, según su autor, “no se puede crear en empresas donde el management está convencido de que para aumentar la productividad hay que exasperar la competitividad personal” (pág. 38). Por el contrario, “este capital de relaciones se crea en un ambiente de confianza donde, en el respeto de los propios deberes, todos son libres de dar” (pág. 39).

En el cuarto artículo Luigino Bruni propone replantear y enriquecer la idea hegemónica de racionalidad presente en la teoría económica, que está centrada en dos características: la instrumentalidad y el individualismo. Según Bruni, la experiencia de la E. de C. (y de otras experiencias económicas con fuerte contenido relacional e ideal) demuestra que ese modelo de racionalidad es insuficiente para explicar una parte importante de los comportamientos en el mundo de la economía y de las empresas. Para este autor, “en ámbitos donde la relación es compleja –y estos ámbitos están en gran expansión en las sociedades modernas– entonces se vuelve extremadamente importante enriquecer y completar la idea corriente de la actividad económica” (pág. 70). El artículo puede dividirse en tres partes. En la primera, el autor realiza un análisis histórico-metodológico del proceso que llevó a la construcción del concepto de racionalidad instrumental e individualista y describe sus principales características. En la segunda, describe y analiza críticamente dos intentos teóricos recientes por enriquecer ese concepto: la Teoría de Juegos y lo que se denomina *We-rationality*.

Finalmente, en la tercera parte el autor describe cuatro características centrales de lo que llama “racionalidad capaz de comunión”, a la que propone como complementaria (y no como excluyente) de la racionalidad instrumental e individualista. Estas características son: a) *universalismo* (“En la actividad que crea comunión, el formar parte de la ‘comunidad’ particular camina, a la par de la idea de ‘fraternidad universal’. El ‘nosotros’ de la comunión se extiende hasta abarcar toda la humanidad” – pág. 63); b) *la relacionalidad* (“una antropología que se basa en la convicción de que *la persona es ella misma sólo cuando se da y acoge al otro*, y de la cual nace una idea distinta de comportamiento racional” – pág. 63); c) *racionalidad expresiva* (que indica “una acción económica regida por una lógica no primariamente instrumental, sino por el deseo de ‘expresar’ con ese comportamiento algo de la propia personalidad y de los propios valores” – pág. 64) y d) *no-condicionalidad* (en la racionalidad capaz de comunión esta ínsito “un

elemento de gratuidad: la devolución del otro no es pre-condición de mi comportamiento; la devolución es esperada, suscitada por el ejemplo” – pág. 68).

Hans Buchart aborda en el quinto artículo el aporte de la E. de C. al problema del Desarrollo Sostenible. Para el autor, la E. de C. aporta ideas para la formulación de un nuevo paradigma del management consistente con los requerimientos del Desarrollo Sostenible. Bajo el término “management sostenible”, el autor sugiere algunos lineamientos para la construcción de ese paradigma, el que se sustenta en la *cultura del dar*. En la primera parte de este artículo el autor propone una discusión sobre el concepto de Desarrollo Sostenible y sostiene que para alcanzar este tipo de desarrollo es imprescindible construir una nueva cultura basada en el *dar*, tal cual este concepto es formulado en el marco de la E. de C. En la segunda parte del artículo Buchart muestra cómo esa *cultura del dar* es consistente con los requerimientos del Desarrollo Sostenible, sintetizando estas ideas en una tabla incluida en la página 84. También, en esta segunda parte, el autor describe cinco características del “management sostenible” a las que denomina “pasos” y que se pueden resumir así: 1) ¿a qué problemas debe la empresa dar una respuesta?; 2) ¿cuál es el propósito de la empresa?; 3) ¿cómo definir su misión y visión?; 4) ¿qué modelo de gestión y estilo de liderazgo? y 5) ¿está generando valor económico, social y ambiental?

Bajo el título “Los problemas del desarrollo en las empresas con ´motivos ideales””, Mario Molteni reflexiona en el sexto artículo sobre la experiencia de la E. de C. con un doble objetivo. En primer lugar, se propone “identificar las articulaciones de naturaleza empresarial que parecen decisivas para la consolidación y el desarrollo” (p. 95) de este tipo de empresas. En segundo lugar, Molteni se propone “poner en evidencia las enseñanzas que surgen de la E. de C. para todos aquellos sujetos que, animados por un profundo ideal, quisieran iniciar un proyecto empresarial (de este tipo) en el contexto económico y social actual” (p. 95).

El documento se cierra con la identificación de tres desafíos a los que se enfrentan estos empresarios. El primero se relaciona con la necesidad de inyectar recursos financieros para el crecimiento de sus empresas: ¿quién los aportará? El segundo es de naturaleza cultural: ¿cómo lograr que los nuevos aportantes de capital (que generalmente son imprescindibles para el crecimiento) y los nuevos colaboradores compartan los valores e ideales de la E. de C.? Finalmente, el tercer desafío se asocia con una situación cada vez más común en muchos sectores de actividad: la necesidad de establecer alianzas con otros actores económicos que desarrollan actividades complementarias. Aquí el desafío radica en que, a menos que este enfoque se generalice, es muy difícil conseguir socios estratégicos que compartan la filosofía de la E. de C.

En el séptimo artículo Benedetto Gui analiza dos dimensiones de la realización de la persona humana relacionadas con la actividad económica: “la calidad de las relaciones interpersonales en las que estamos sumergidos y – algo todavía más difícil de expresar con el lenguaje de la economía- los significados intrínsecos que en calidad de empresarios, trabajadores, consumidores buscamos en nuestras acciones” (p. 124). Este capítulo en un rico ensayo desde el punto de vista conceptual, en el que el autor aborda un tema que es totalmente ajeno a la teoría económica dominante.

La primera dimensión se asocia con el rescate de la idea de la persona humana como ser relacional y en cómo el reconocimiento de este atributo es fundamental para la construcción de capital social y de lo que el autor llama “capital humano de grupo”. En el análisis de la segunda dimensión Gui introduce la idea de que el comportamiento de los actores económicos no se rige exclusivamente por significados instrumentales: “...hay que reconocer que, como en todos

los otros ámbitos de la vida personal y social, también en el económico se verifica una mezcla de lógica instrumental y lógica ‘expresiva’” (p. 136). Es en ese sentido que Gui afirma: “Uno de los principales desafíos de la organizaciones productivas con finalidades ideales es precisamente el de mostrar que también en el mundo de la producción y del mercado es posible obrar en función de la realización de la persona humana...” (p 137).

En el último artículo Stéfano Zamagni, líder intelectual de la escuela conocida como Economía Civil, se propone responder a dos interrogantes relacionadas con la E. de C.: 1) ¿cuál es el elemento que la caracteriza? y 2) ¿cuáles son los desafíos que esta experiencia plantea a la teoría económica? En relación a la primera pregunta, Zamagni afirma que algo central que la caracteriza es el “poner de manifiesto la falsedad de la representación corriente de nuestras sociedades de mercado que con martillante insistencia nos proponen el pensamiento único de la ‘one best way’” (p. 148): la exclusividad del homo economicus como actor económico y de la competencia por sobre la cooperación. En particular, para Zamagni la experiencia de la E. de C. “muestra, en los hechos, que es posible utilizar el mercado no sólo para producir riqueza de modo eficiente, sino también para redistribuirla de acuerdo a reglas de equidad” (p. 150). Dicho de otra forma, la E. de C. demuestra que en el mercado pueden convivir las relaciones clásicas económicas plasmadas en el intercambio de equivalentes y regidas por el contrato, con relaciones de tipo pro-social marcadas por la gratuidad y la reciprocidad.

Para responder a la segunda pregunta, Zamagni plantea otras tres interrogantes, cuyas respuestas contribuyen a la respuesta de esa pregunta: a) ¿cómo se comportarían entre sí sujetos que se rigen por el interés propio y sujetos que practican la reciprocidad?; b) ¿en qué circunstancias cada uno de estos dos tipos de sujetos plasma el resultado de la actividad económica? y c) en mercados en los que actúan los dos tipos de sujetos, ¿cuál es el rol de las instituciones económicas? El autor concluye con la siguiente afirmación: “La Economía de Comunión, con su demostración práctica de que *dar sin perder y tomar sin quitar* no sólo es posible sino que es también compatible con la razón, es, en las condiciones actuales, el antídoto más eficaz, el baluarte más sólido contra el riesgo” de que la ciencia económica “destruya la esperanza en un posible cambio de la organización económica de nuestras sociedades” (p. 156). ■