

ZAMAGNI, Stefano (2012)*Por una economía del bien común*

Ciudad Nueva, Madrid

El 20 de septiembre de 1998, en la beatificación de Giuseppe Tovini (1841-1897), Juan Pablo II resaltó que este abogado y banquero, padre de diez hijos, se hizo santo “gracias a la economía” y no “a pesar de la economía”, porque comprendió que el ámbito socioeconómico puede convertirse en ámbito de crecimiento humano y gimnasio de santidad. Éste es tan solo uno de los tantos ejemplos que Zamagni utiliza para mostrar cómo la economía de mercado del Humanismo italiano se preocupaba por orientar su actividad al bien común, un fin superador de las dicotomías modernas y promotor de las virtudes cívicas que permiten que una sociedad sea civil: la confianza, la reciprocidad y la fraternidad. En efecto, la idea central de este libro es que la doctrina del bien común es el “único camino” para humanizar la economía.

Stefano Zamagni, profesor de Economía Política en Universidad de Bolonia y en la John Hopkins University, nos invita en este libro a dialogar y reflexionar sobre un tema de gran relevancia actual. “¿Es posible humanizar la economía?” –se pregunta Zamagni al comienzo de esta obra, originalmente publicada en italiano en 2008 bajo el título *L'economia del bene comune* y conformada por diez artículos que, a pesar de haber sido previamente publicados en diferentes contextos, guardan cierta unidad conceptual, de manera que permiten al lector formarse un panorama amplio de las limitaciones y errores de la economía actual, en especial, de los principios humanistas y criterios rectores que esta disciplina echa en falta¹. La nueva edición recoge además, en forma de apéndice, dos artículos relacionados con la Encíclica *Caritas in Veritate* (2009) a la que Zamagni reconoce como una de sus principales influencias². Tal como indica su nombre, la doctrina del bien común es la respuesta que propone el autor para humanizar la economía.

¹ Los capítulos son los siguientes: “Humanizar la economía. Elementos contra la resignación y la utopía”, “Sobre ciertos mitos de la condición juvenil”, “Un giro antropológico en economía: el retorno a la racionalidad”, “Economía civil: evolución cultural y desarrollo. Una investigación teórica”, “Por la recuperación del diálogo entre economía y ética”, “Democracia, libertad positiva y desarrollo”, “El fundamento ético y la crítica a la responsabilidad social empresaria”, “Democracia, desarrollo económico y fraternidad”, “Mecenas, empresarios filántropos y emprendedores sociales: el punto de vista de la economía civil” y “Doctrina social de la iglesia y bien común”. La naturaleza de estos escritos hace que muchas ideas se repitan incluso textualmente, lo cual no quita mérito a la obra.

² Tales capítulos son: “La clave de lectura de la crisis y el camino para salir de ella, en la *Caritas in Veritate*” y “Fraternidad, don y reciprocidad en la *Caritas in Veritate*”.

Detrás de este cometido se esconde “un interés creciente, derivado sobre todo de las investigaciones empíricas, por reconsiderar los postulados antropológicos del discurso económico” (p. 12), lo cual resulta fundamental para evitar caer en la utopía o en la resignación, posturas ambas que resultan de una comprensión errónea del hombre. Sólo desde una comprensión de la economía cimentada en fundamentos antropológicos reales es posible superar el modelo dicotómico del orden social que ha impuesto la modernidad, en el que el Estado se identifica con los intereses públicos, y el mercado, con los privados, y en el que se excluye el *don* de la esfera pública.

Para fundamentar este Humanismo, el autor acude al concepto de economía civil, del que ha venido haciendo uso a lo largo de varios años, pero cuya autoría no es propia, sino que responde a una larga tradición italiana comenzada por Antonio Genovesi cuando, en 1753, es nombrado titular de la primera cátedra de economía del mundo en la Universidad de Nápoles. Su propuesta toma como inspiración el modelo de civilización italiana de finales del siglo XIII.

Distintas tradiciones de pensamiento han contribuido a que en la modernidad se hayan instalado dos mitos: el mito tecnológico, según el cual “todo lo que puede ser hecho debería hacerse” (p. 53) y el mito del individualismo axiológico, que niega el carácter básicamente relacional de la persona y va erosionando paulatinamente el fundamento relacional de los valores. Se necesita ahora un nuevo paradigma hermenéutico en el ámbito de la economía, que le devuelva su dimensión política y social al enfocarla básicamente como un nexo de relaciones intersubjetivas. Esto supone un giro antropológico en el que prime la relacionalidad de la reciprocidad (*homo reciprocans*) sobre la del intercambio (*homo oeconomicus*), una primacía fundamental para recuperar el valor de la persona, pues “la dimensión que lleva del yo al tú y viceversa no puede representarse mediante la relación del intercambio de equivalentes” (p. 66), y también para alcanzar la felicidad, que, como ya destacaba Aristóteles, necesita de los bienes relacionales (amor, amistad, confianza, compromiso civil, etc.).

Entonces, “¿quién es el amigo del bien común?” –se pregunta el autor–: el comportamiento inspirado en el principio de reciprocidad, que es de este tenor: te doy libremente algo para que tú puedas a tu vez dar, según tus capacidades, a otros o incluso a mi mismo. La idea esencial que subyace en la noción de economía civil es la virtud cívica de la reciprocidad, según la cual “es posible dar sin perder y recibir sin quitar” (p. 38), y que traspasa el plano objetivo de los bienes materiales (tener, recibir, dar) para alcanzar el plano intersubjetivo más profundo de las relaciones humanas (el ser con). Este princi-

pio es clave para garantizar la relación entre libertad y orden social, pues ni el egoísmo puro ni el altruismo puro son capaces por sí solos de hacer sostenible un orden social formado por humanos. En lugar de optar entre reciprocidad e intercambio de equivalentes –lo propio de la justicia conmutativa– es preciso integrar ambos, buscando el máximo bienestar propio y común, como resultado de la práctica reiterada de la interacción personal como valor en sí mismo.

Otro de los temas que preocupa recurrentemente a Zamagni, además de la dimensión ética de la economía, es la relación entre economía, política y sociedad civil, que resume en el desafío de poner la libertad en sintonía con el bien común. En ese sentido se propone superar el modelo elitista-competitivo de democracia, heredado de Weber y Schumpeter, para recuperar una democracia participativa. Propone, para una democracia económica, respetar el pluralismo de las instituciones económicas (superar la discriminación basada en la eficiencia), crear mercados de calidad social (modelo de bienestar civil) y promover una campaña cultural centrada en la figura del consumidor socialmente responsable. En este contexto adquiere protagonismo la empresa social, que “tiene la verdadera y gran oportunidad de contagiar a otros sujetos actuando según el principio de reciprocidad” (p. 221). El emprendedor social vendría a ser el representante actual de la figura del “mecenas” del humanismo civil renacentista, o del filántropo de la sociedad industrial, un empresario que pone recursos y experiencia empresarial al servicio de una causa de interés común.

Desde distintos planteamientos y perspectivas llegamos así a la columna vertebral, como indica el mismo nombre de este libro: el bien común, un concepto que no puede comprenderse desde la dualidad moderna del intercambio de equivalentes (en el contrato solo hay un “yo” y un “tú”), sino que reclama la existencia de un tercero (la estructura originaria del principio de reciprocidad es ternaria). Como recuerda Ricoeur, la entrada de un tercero es lo que crea y mantiene viva la sociedad (p. 247). La visión utilitarista moderna ha reemplazado el bien común por el bien total, y Zamagni utiliza un recurso matemático para comprender esta idea al comparar al bien total con una suma, y al bien común con un producto, cuyos factores representan los bienes de cada uno de los individuos o grupos. Mientras que en el primer caso se puede prescindir de los factores, en el segundo, la anulación de tan un solo uno de ellos da como resultado cero. Esto equivale a decir que, en el paradigma del bien común, el interés de cada uno se alcanza *junto* al de los otros y no *contra* (como

ocurre con el bien privado) ni *prescindiendo* del interés de los demás (como ocurre con el bien público) (p. 245).

La Doctrina Social de la Iglesia ha defendido desde sus inicios el paradigma del bien común, al defender no solo un orden social justo, sino fraterno, que asegure la convivencia social, pero especialmente la vida en común. “La ética, mucho antes que ocuparse de enunciar principios y sugerir reglas, es una morada, una *casa* en la que cuidar de uno mismo y de los demás; en una palabra, del bien humano” (p. 251). En este contexto, *Caritas in Veritate* ofrece una clave de lectura para la crisis actual y ofrece pistas para salir de ella. Supera las dualidades modernas poniendo en el centro del saber práctico el principio del dar entendido como gratuidad, es decir, devolviendo el principio de la gratuidad a la esfera pública, un principio que más que ético es “supra ético”, pues su lógica es la sobreabundancia (la de la justicia es la equivalencia).

Podría parecer que estas ideas están un tanto alejadas de la teoría económica, sin embargo, nada más lejos de la realidad, pues “el economista se ocupa de estudiar relaciones entre hombres que viven en sociedad” (p. 60); y a pesar de que durante los últimos siglos la economía ha confiado en una abstracción –si no errónea, sí muy limitada– de lo que significa el ser humano, es evidente que “el siglo XXI expresa con fuerza la necesidad de un nuevo Humanismo” (p. 326).

Los artículos que reúne esta edición fueron escritos en distintos momentos y sin la intención de ser publicados juntos –son colaboraciones que el autor ofreció entre 2000 y 2010 a distintos medios–, por lo que es normal que existan algunas inconsistencias y repeticiones. Sin embargo, esto es ampliamente superado por la trayectoria de un académico de la talla de Zamagni y su empeño en buscar nuevas perspectivas en materia de teoría económica, una tarea que aún está en ciernes. Como el mismo autor confiesa en la Introducción “si se ven ‘desde dentro’, los trabajos aquí recogidos aparecen como etapas de una larga reflexión, que aún está lejos de terminar, sobre el espacio que le corresponde a la categoría de persona humana dentro del discurso económico” (p. 11). Para ello, es preciso acabar de una vez por todas con la idea de que el mercado es un ámbito neutral y asocial (o incluso antisocial), para atreverse a vivir la experiencia de la sociabilidad humana, la reciprocidad y la fraternidad *dentro* de la vida económica normal.

Germán Scalzo