

HUMANIZAR EL MERCADO: PROPUESTAS PARA LA SOCIEDAD POSTINDUSTRIAL

STEFANO ZAMAGNI*

Este ensayo se propone dar una contestación a un doble interrogante. Por un lado, qué significa hoy en día humanizar la economía, es decir, ¿es posible concebir una sociedad de mercado en la que los individuos de la sociedad civil, portadores de cultura, puedan perseguir objetivos libremente elegidos? Y por otro, ¿qué vía seguir para que este objetivo se pueda conseguir?

Palabras clave: mercado, sociedad civil, economía civil, humanización.

¿ES POSIBLE humanizar la economía? Y si así fuese, ¿qué camino habría que recorrer para hacer creíble un eventual proceso de transición? En las condiciones históricas del momento, el único modelo de economía existente es el del mercado, ya que ni la economía planificada, ni la celebre economía mixta constituyen alternativas dignas de tenerse en cuenta. El interrogante planteado puede formularse también en

los siguientes términos: ¿es posible humanizar el mercado? Dicho de otra forma, ¿tiene sentido esforzarse en configurar un modelo de mercado, entendido como institución social y no como mero mecanismo económico, capaz de incluir, por lo menos de modo tendencial, a *todos* los hombres y de valorar (en el sentido de dar valor) a *todo* hombre, con sus múltiples dimensiones?

* Stefano Zamagni es profesor de Economía Política en la Universidad de Bolonia, Adjunct Professor en la John Hopkins University y profesor visitante en la Universidad L. Bocconi de Milán.

Las apremiantes invitaciones de Juan Pablo II parecen dar una contestación afirmativa a esta pregunta. El Pontífice escribe en la Bula de Indicción del Año Santo 2000, *Incarnationis Mysteriorum*: “una de las finalidades del Jubileo es contribuir a *crear un modelo de economía* al servicio de la persona” (nº 12, cursiva propia). Este texto tiene algo verdaderamente excepcional: no había ocurrido nunca, en su larga historia, que un Pontífice hubiese planteado como finalidad de un jubileo —y no como su consecuencia indirecta— una función similar. De manera aún más explícita, en el mensaje papal de 1 de Enero de 2000, titulado *Paz en la tierra a los hombres que ama el Señor*, puede leerse: “En esta perspectiva es preciso interrogarse también sobre el creciente disgusto que, hoy en día, muchos estudiosos y expertos en Economía sienten cuando reflexionan sobre el papel del mercado, sobre su invasora dimensión monetario-financiera, sobre el distanciamiento entre lo económico y lo social. Tal vez ha llegado el momento de hacer una nueva y exhaustiva reflexión sobre el sentido de la economía y sus fines. Quisiera

invitar a los estudiosos de la economía, a los trabajadores del sector, así como a los responsables políticos, a que tomen conciencia de que es urgente que la praxis económica y las medidas políticas aspiren al bienestar de cada hombre y de toda la humanidad” (n.ºs. 15 y 16). La novedad sorprendente de este texto se encuentra en la invitación que hace el Papa a discutir el problema en el ámbito de sus fundamentos teóricos, o mejor, de sus presupuestos culturales. En otras muchas ocasiones, al tratar cuestiones socio-económicas, el actual Pontífice había denunciado fallos, injusticias y carencias de la economía de mercado, aunque siempre quedándose en el interior, por decirlo de algún modo, del “universo cultural”. Esta vez, el mensaje, dirigido de modo significativo y explícito a los estudiosos y expertos de la ciencia económica, anima a una “nueva y exhaustiva reflexión sobre el *sentido* de la economía y de sus *fines*”.

Es en este sentido como deben leerse las páginas que siguen, que tienen un doble propósito. Por un lado, hacer una crítica —aunque sea sintética— de las dos concepciones de

mercado dominantes hoy en día: la del mercado como un mal necesario y la del mercado como un instrumento para solucionar el problema político. Por otro, aportar argumentos a favor de la tesis de que es posible acordar que la economía civil es la vía más idónea para humanizar el mercado. El carácter expositivo de este texto, intenta, por una parte, conjurar el peligro de caer en la tentación de ir más allá de la realidad y convertirse en utopía, y, por otro, de quedarse en mero pesimismo y resignación.

DOS CONCEPTOS ALTERNATIVOS DE MERCADO

COMO SE HA anticipado en la introducción, una vez constatada la inviabilidad de reeditar el antiguo modelo de economía mixta, aunque se ponga al día, son dos las concepciones de mercado que hoy pugnan por la victoria en los ámbitos cultural y político¹. La primera se refiere al concepto de mercado como “mal necesario”, o sea, como institución de la que no se puede prescindir porque es garantía de progreso y de éxito económico, aunque en sí mis-

ma es un “mal” del que hay que protegerse y al que, por tanto, hay que tener bajo control poniéndole límites. Esta es la posición adoptada por los teóricos de la “tercera vía”, para quienes es necesario separar la esfera de la economía del resto de la sociedad, y utilizar la primera como instrumento de la segunda. En esta línea se encuentra la proposición central del documento suscrito por T. Blair y G. Schröder en el mes de junio de 1999, *Europe, the Third Way*: “Apoyamos la economía de mercado, pero no la sociedad de mercado”. La segunda concepción del mercado alude a éste como medio de resolver los problemas políticos (el concepto de mercado entendido únicamente como economía privada). Se trata de una visión en sintonía con el espíritu —aunque casi nunca con la praxis— del liberalismo clásico, que puede entenderse como la solución al problema político a través de los medios económicos.

El reto actual consiste en superar estas dos visiones antagónicas del mercado, ambas reductoras y limitantes, aunque por razones distintas. Se trata, por tanto, de inventar —según la acepción latina del

término— un modelo de mercado que funcione como estructura civilizadora de la sociedad, que sirva para humanizar la economía. Por humana entiendo una economía capaz tanto de incluir a toda la humanidad como de valorar al hombre en sus múltiples dimensiones. Significa que hay que concebir el mercado no solamente como un mecanismo, sino también como un mundo vital que ha de cumplir tres funciones interrelacionadas. En primer lugar, ser una institución capaz de producir riqueza de manera eficiente y de redistribuirla de acuerdo con los cánones de equidad fijados en el ámbito político. En segundo término, ser un lugar en el que puedan operar también, de manera autónoma e independiente, aquellos sujetos económicos que, aunque no tengan como fin el beneficio, estén igualmente en posición de generar valor, o sea, riqueza. La tercera función concibe el mercado como espacio en el que el consumidor es ciudadano, es decir, portador de derechos respecto al producto de la actividad económica —bien o servicio— y al proceso que conduce a dicho producto. Es un hecho que hoy en día, a

igual calidad, el precio no es el único factor determinante para los consumidores. De ello da prueba el llamado consumo crítico, que afecta a las empresas que en sus procesos de producción pisotean los derechos fundamentales del hombre. (Piénsese en recientes campañas de boicot a ciertas compañías).

Antes de continuar, es necesario explicitar las razones por las que los dos conceptos de mercado arriba indicados me parecen inaceptables. En primer lugar, ¿por qué resulta peligroso separar la economía de mercado de la sociedad de mercado? Como observa Dahrendorf, en un mundo como el actual, en el que conviven distintos modelos de capitalismo —recuérdese la famosa tipología de M. Albert— así como diferentes formas de socialdemocracia, resulta conceptualmente impropio e irresponsable hablar de tercera vía. No es suficiente afirmar, como Giddens², que la tercera vía contiene seis áreas de realización: una nueva política relacionada directamente con la ciudadanía; una política económica de inversiones sociales centrada en la oferta; nuevas relaciones entre estado, mercado y socie-

dad civil; un nuevo bienestar basado en el equilibrio entre riesgo y seguridad; una modernización ecológica más intensa, y en último lugar, fuertes iniciativas transnacionales. De hecho, la primera o la segunda vía podrían tener esos mismos objetivos, en caso de que se especificase el modelo más apropiado para llevarlos a cabo. Prueba de ello es que, sin conocer la fuente, un lector difícilmente podría notar las diferencias entre los programas políticos de Aznar en España y los de Blair en el Reino Unido.

En segundo lugar, una afirmación como “el estado no debe remar, pero sí estar al timón”, recogida en el documento de Blair y Schröder anteriormente citado, constituye una toma de posición decisiva en contra del concepto de Estado-emprendedor, es decir, del Estado asistencial más allá de las intenciones y, por otro lado, oculta el riesgo de dirigismo. (En la época de la globalización, los riesgos de autoritarismo, innatos al diseño de toda transformación tecnológica guiada por sistemas autorregulados, son ya un hecho: piénsese en el modo en que instituciones como el

Consejo de la OTAN, el Fondo Monetario Internacional, el Consejo de Ministros de la UE, etc. toman sus decisiones, sin que haya un verdadero control democrático). Es obvio que quien está al timón traza las rutas, una tarea que corresponde –según la perspectiva personalista– a la sociedad civil.

Pero hay más. El argumento principal que sostiene la tesis “sí a la economía de mercado, no a la sociedad de mercado” es la lucha contra las desigualdades: solamente un fuerte intervencionismo redistributivo por parte del Estado puede reducir el abismo entre los individuos y los grupos sociales. Sin embargo, las cosas no son así. Las desigualdades económicas en los países avanzados, que se habían reducido a partir de 1945, han vuelto a crecer escandalosamente durante los últimos veinte años y no hay ningún signo de inversión en esta tendencia. Entre otras, hay que buscar las causas en las nuevas tecnologías, en la competencia exacerbada en los mercados globales o en la fuerte terciarización de la economía actual. Pero la cuestión no es ésta; se trata más bien de saber por qué hoy en día las

desigualdades siguen creciendo, a pesar de las intervenciones estatales en la economía. (En el caso de Italia, el Estado es intermediario de aproximadamente el 50% de la riqueza generada en el país, y es sabido que la presión fiscal ha alcanzado niveles máximos, un 44% aproximadamente).

Una reciente investigación de Richard Posner, que ha analizado la correlación entre las medidas de estabilidad política y las de reducción de las desigualdades en Estados Unidos, perfila una posible respuesta en este sentido. Para Posner, la estabilidad política es un objetivo que no se alcanza con la redistribución sino con el crecimiento económico. La permanencia de un gobierno viene determinada mucho más por su capacidad de acrecentar el nivel de riqueza, que por su habilidad para redistribuirla de modo ecuánime entre los ciudadanos. Tristemente, la realidad demuestra que los pobres —los marginados, los discriminados— no votan, no tienen voz que les represente. Mientras no se defrauden las expectativas de los ciudadanos respecto al crecimiento del PIB, y hasta que su número no supere un cierto umbral críti-

co, las desigualdades sociales, aunque sean fuertes, no pondrán en peligro la estabilidad política. El estancamiento es hoy en día el verdadero peligro para la estabilidad de los gobiernos. Esto explica por qué, por ejemplo, una sociedad como la americana tolera más de 35 millones de pobres en sentido absoluto (aproximadamente el 15% de la población) —que son aquellos cuyo nivel de ingresos no sobrepasa la línea de la pobreza— y aproximadamente 45 millones de ciudadanos sin ningún tipo de cobertura ni seguro sanitario. *Mutatis mutandis*, la situación italiana y la europea en general son también preocupantes. Por ese motivo no tiene sentido contraponer la sociedad de mercado a la economía de mercado, si con ello se quiere expresar que “el mercado produce riqueza, pero no genera ni solidaridad, ni valores, ni objetivos, ni significados. El capitalismo es una fuerza que se mueve, pero que no se sabe a dónde va”, como afirmó L. Jospin en un seminario que tuvo lugar en Florencia en noviembre de 1999. Si nos obstinamos en pensar que la redistribución tiene que ser una tarea exclusiva del Estado, reali-

zada solamente a través de la imposición fiscal, asistiremos inertes y tal vez hipócritamente desconsolados al aumento de las desigualdades y de las injusticias. Esta es la razón por la que es necesario intervenir también en la producción de la riqueza y no solamente en su redistribución; si no será demasiado tarde.

Esta última consideración da pie a una tercera crítica a la idea del mercado como un mal necesario, como un lugar en el que los individuos sólo se mueven por el interés privado, y por él están dispuestos a todo, tal como sucedía en la selva de la que hablaba Hobbes: *mors tua, vita mea*. Esta teoría niega que en el mercado pueda haber sitio para comportamientos de otro tipo, inspirados en valores diferentes a los del propio interés. De este modo, el altruismo no sería otra cosa que un egoísmo enmascarado o, como máximo, un egoísmo iluminado, en ningún caso mezquino —tal y como había afirmado lapidaria y cínicamente Nietzsche: “Vuestro vecino alaba la ausencia de egoísmo porque de ella obtiene un beneficio”. Según esta visión, quien está dentro del mercado debe, obligatoria-

mente, buscar el embeleco, el engaño, la explotación y otros vicios. (Nótese que aquí no se discute si en contextos especiales o en periodos históricos determinados, el mercado ha funcionado o no de manera morbosa o perversa; sino si la institución del mercado, para funcionar, debe incorporar necesariamente la norma hobbesiana).

Este modo de pensar ha conducido a una doble consecuencia negativa. Si la sola motivación que induce a los individuos a actuar en el mercado es la búsqueda del interés privado, está claro que el único juicio de valor al que éste puede someterse es el de la eficiencia, o sea, si admite o no la máxima realización posible de los intereses de aquellos que toman parte en él. No es posible atribuir al mercado otros fines, como la justicia económica. Pero es evidente que cuanto más se difunde esta idea entre los individuos, más se les induce a actuar según ese canon: un efecto de contagio descrito por sociólogos y antropólogos. La otra consecuencia negativa es la atribución al Estado de la tarea de reordenar la realidad según el principio de moralidad. Si el

mercado por naturaleza es injusto, no satisface las auténticas necesidades humanas y tiende inexorablemente a mercantilizar toda relación humana, la moralidad corresponde solamente a la sociedad política, que debe dar órdenes sobre lo que hay que hacer y sujetar fuertemente “el timón”. De ello resulta que, en vez de sostener que el Estado y el mercado son dos instituciones capaces de perseguir, con distintos métodos, los fines morales que la sociedad necesita, y en vez de favorecer la simbiosis de los elementos positivos de ambas, se acaba afirmando la primacía moral de una sobre la otra: el mercado como mal necesario.

La crítica al concepto liberal-individualista del mercado, difundido y teorizado por el pensamiento único del *one best way* es, en cierto sentido, similar a la anterior. Como ya he aclarado³, sus defensores entienden el mercado como una institución contextualizada que se basa en un substrato normativo bien definido. Evidentemente, las normas legales vigentes no son suficientes para regular la interacción económica. La cultura y la competencia —“los dos agentes de-

terminantes del mercado”, según la expresión de J. S. Mill— actúan de acuerdo con las necesidades y dentro del cuadro normativo existente. Está claro que el peso específico de estos dos agentes no ha sido el mismo durante los distintos momentos históricos: en las sociedades tradicionales (en buena parte, las pre-capitalistas), el agente con más pujanza es la cultura (entendida como conjunto de normas sociales y convenciones); mientras que en las sociedades modernas, las fuerzas que prevalecen son las competitivas, en la medida en que éstas acaban por erosionar de manera progresiva la actividad económica basada en convenciones y normas sociales. Esta teoría prevé, por tanto, que conforme pasa el tiempo, la competencia regulará las relaciones económicas casi integralmente. Podría decirse que la modernidad, entendida como una etapa en el proceso de evolución cultural, tiende de modo inexorable a sustituir las relaciones interpersonales por las leyes anónimas e impersonales del mercado.

Naturalmente, los partidarios de la *one best way* tienen también que admitir que esa sustitución nunca será com-

pleta. La “competencia” jamás podrá reemplazar por completo a la “cultura”, pues siempre existirán ámbitos de actividad económica en los que no funcionará el principio de intercambio que regula las transacciones de mercado, tal y como se describe en los manuales. Siempre quedará en pie, incluso en la más moderna sociedad de mercado, una esfera de relaciones económicas regulada por las convenciones y normas sociales, con independencia de que se hagan o no a través del mercado. Se trata de la esfera de actividad propia del sector no lucrativo. De todas maneras, será una esfera de relaciones con carácter residual, de escasa importancia cuantitativa y que no cuestionará la lógica de funcionamiento de la competencia. Tanto es así que, cuando las organizaciones sin ánimo de lucro sobrepasan un determinado umbral y salen de su propio nicho, comienzan a tener dificultades: sus beneficios fiscales y su actividad se reducen, y se les pone bajo tutela política o mercantil.

Existen algunos valores –tal y como reconocen los partidarios de la línea de pensamiento individualista– que el mercado

debe tener en cuenta y que son necesarios tanto para su existencia como para su correcto funcionamiento. Piénsese en valores como la libertad, la honestidad y la confianza. Ciertamente, sin libertad para la iniciativa empresarial y sin libertad de intercambio, el mercado no podría existir. Del mismo modo, si los agentes económicos no respetasen los compromisos adquiridos ni las normas legales vigentes y, sobre todo, si no se estableciera entre ellos una tupida red de relaciones de confianza, el mercado no podría prosperar. Además, estos presupuestos deben existir antes de que el mercado empiece a actuar, y constituyen un patrimonio indestructible al paso del tiempo.

La *one best way* no ha surgido de la duda sobre si el proceso de mercado podría terminar erosionando los valores en los que se basa y sin los que ninguna economía de mercado podría permanecer. Por ejemplo, si los resultados del mercado conculcan los más elementales criterios de justicia distributiva, ¿podría pensarse que la honestidad y la confianza siguen constituyendo el soporte del mercado? San Agus-

tín aporta en este sentido una respuesta convincente y con extraordinaria frescura: “¿Qué es una comunidad de ciudadanos sino una multitud de personas unidas entre sí por el vínculo de la concordia? En el estado, lo que los músicos llaman armonía, es la concordia: la concordia civil no puede existir sin la justicia” (*Civ. Dei*, 2,21). De hecho, ¿por qué los agentes económicos confían unos en otros y respetan los compromisos contractualmente adquiridos, si tienen conciencia de que el juego de mercado es manifiestamente injusto? ¿Qué les sucede a los que, por una razón u otra, no consiguen tomar parte en el juego del mercado o quedan fuera de él por haber perdido o por estar demasiado lejos de los vencedores?

La solución que se propone está en el conocido modelo dicotómico de orden social, según el cual el Estado se identifica con el lugar común de los intereses públicos (o sea de la solidaridad) y el mercado con lo privado (o sea, con la persecución de los objetivos individuales). En la esfera pública, el Estado es quien debe ocuparse de la solidaridad en favor de los que no consiguen seguir el

ritmo de los vencedores: para ello se necesita el *welfare*, que tiene que ser selectivo y no universalista. En el ámbito privado, el mercado debe ocuparse de la eficiencia, de la producción de riqueza en condiciones óptimas o, como mucho, de la filantropía o de la “caridad”.

¿Qué es lo que no se mantiene en pie en esta representación, aparentemente persuasiva, de las sociedades de mercado? En primer lugar, no es cierto que cuanto mayor sea la extensión del mercado mayor será el bienestar de todos. Es decir, no es verídica la metáfora que afirma que “cuando la marea sube, levanta todos los barcos”. Ésta es la imagen preferida por los principales exponentes de la más reciente elaboración liberal-individualista. Ellos piensan que al ser el bienestar de los ciudadanos una función de la prosperidad económica, y al estar esta última ligada a la extensión de las relaciones de mercado, la verdadera prioridad de la acción política consistirá en asegurar unas condiciones fiscales favorables y una adjudicación óptima de los derechos de propiedad que garanticen el florecimiento de los mercados. Des-

de este punto de vista, en el momento en que el estado social redistribuye la riqueza, quedándose fuera de los mecanismos de su producción, cuanto más voraz sea (generando graves efectos distorsionadores en el mercado), y cuanto más se utilicen sus instrumentos con fines políticos (alterando de este modo la normal dialéctica democrática), mejor actuará como factor de crecimiento económico. De aquí la sugerencia de que el sistema de *welfare* se ocupe solamente de aquellas personas a las que la competencia del mercado deja de lado. El resto, es decir, quienes consiguen quedarse dentro del círculo virtuoso del crecimiento económico, deberán velar por sí mismos por medio de seguros privados.

¿Por qué semejante línea argumental es débil? Por la sencilla razón de que la igualdad de oportunidades para todos es una condición que debe prevalecer durante toda la vida de los individuos y no solamente *una tantum*, en el momento en que entran en el juego económico. Dicho de otra forma, no es suficiente asegurar la igualdad de oportunidades al principio de la competi-

ción para garantizar a todos los ciudadanos el disfrute de idénticas condiciones de libertad. De hecho, la competencia en el mercado es muy diferente a la deportiva. En esta última, gana el más dotado, el más hábil, si bien ello no le da derecho a partir de una posición ventajosa en la siguiente competición: todos salen de idénticas situaciones en cada fase del juego. No ocurre lo mismo en la competencia de mercado, en la que el vencedor de la primera vuelta puede modificar a su favor las reglas del juego. En este sentido, la historia económica es generosa en ejemplos: piénsese en cómo se han formado muchos monopolios y oligopolios a lo largo del tiempo. La cuestión es que, tal y como Adam Smith⁴ había advertido, el emprendedor privado siente aversión por la libre competencia, pues como individuo sólo puede salir perdiendo de ella. De hecho, la teoría económica enseña que en los mercados perfectamente competitivos los beneficios tienden a desvanecerse a largo plazo. Si esto no se produce, como de hecho sucede, es porque los vencedores momentáneos consiguen modificar las reglas del juego, creando posiciones fa-

450

vorables a sí mismos tanto en los aspectos legales, como en los financieros y tecnológicos. Es decir, los *animal spirits* de la economía capitalista abundan en la fase inicial del juego de mercado, aunque tienden a apoltronarse en etapas posteriores. En este sentido, lo mejor que el Estado podría hacer es crear las condiciones más adecuadas para garantizar una competencia efectiva entre los agentes económicos, en vez de ejercer él mismo como empresario con la ilusión de actuar como contrapeso. Como se sabe, lo que ha pasado es justamente lo contrario: la colisión, a menudo tácita y de vez en cuando patente, entre la economía pública y la privada. Una vez más, la experiencia italiana resulta muy elocuente en este aspecto.

La novedad más preocupante de la era de la *new economy* —la economía del conocimiento y de las redes— es la emergencia de una nueva forma de competencia, la posicional. Su principal característica es que “quien gana, lo gana todo, y quien pierde, lo pierde todo”: se trata del llamado “efecto superstar”, como lo ha definido el economista americano Shermin Rose. No se requiere

mucho esfuerzo para comprender que la igualdad inicial de oportunidades sirve de muy poco cuando se está frente a fenómenos de competencia posicional. De hecho, los resultados están a la vista de todos: nunca como en estos últimos veinte años se había producido —como ya he mencionado— una explosión similar de desigualdades sociales horizontales (las que existen entre un grupo social y otro) y verticales (entre un individuo y otro), mientras que la riqueza en el ámbito mundial ha ido aumentando con unas tasas nunca vistas hasta ahora. Ésta es la gran aporía del actual modelo de desarrollo que el concepto liberal-individualista no consigue resolver: el extraordinario crecimiento económico (sostenido aumento de la riqueza) y el progreso civil (dilatación de los espacios de libertad de las personas) no consiguen caminar de la mano. En estas condiciones, el aumento del bienestar (*welfare*) no va acompañado por el aumento de la felicidad (*well being*). Reducir, o incluso anular, la capacidad de participar en el juego económico de quien, por una razón u otra, queda fuera del mercado, pro-

duce un racionamiento de la libertad que resulta siempre nocivo para la felicidad de todos.

LA ECONOMÍA CIVIL COMO ESTRUCTURA DE HUMANIZACIÓN DEL MERCADO

¿QUÉ HACER para que el mercado vuelva a ser —como lo era en sus principios, en el Renacimiento— un medio para consolidar el vínculo social, a través de la promoción de políticas de distribución de la riqueza, y de la creación de un espacio económico en el que los ciudadanos puedan regenerar aquellos valores (confianza, solidaridad, simpatía) sin los que el mercado no podría ni existir, ni funcionar bien?⁵ Buscar respuesta a esta pregunta significa reconocer, por lo menos implícitamente, que existe una pluralidad de modelos de sociedad de mercado, cada uno compatible con una cultura particular, o sea, con un sistema de valores compartidos por los individuos. También significa reconocer que la elección del modelo es para la sociedad civil una cuestión prioritaria y, seguramente, no menos noble

que tratar de adaptar un modelo determinado, heredado del pasado o importado del extranjero.

La condición que hay que satisfacer para contestar positivamente a la pregunta planteada anteriormente es que pueda establecerse **dentro** del mercado —y no fuera o al lado de él— un espacio económico formado por individuos cuyo comportamiento tiene razón de ser con referencia a un sistema de valores preciso, o sea, a una cultura bien definida. Las actividades desarrolladas en este espacio no pueden separarse del vínculo que las ha motivado; además, encajan dentro del comportamiento económico de la reciprocidad, entendida en toda la rotundidad de su significado. Esta aclaración es importante porque, lamentablemente, en mi país el principio de reciprocidad sigue confundándose con el de intercambio, hasta el punto de contraponerlo a la gratuidad o a la donación. Ello se debe al hecho de que nuestra cultura está tan impregnada de economicismo que cada vez que se habla de una relación entre dos o más individuos, se piensa inmediatamente en el intercambio: te doy al-

go o te hago un servicio y tu me das el contravalor en dinero o en especie. Solamente de este modo podemos explicarnos afirmaciones como ésta: “si el paradigma de la vida fuese solamente el intercambio, la perfecta reciprocidad o la onerosidad de toda relación humana, no se podría fundar una comunidad, sino como mucho un mercado. La absoluta inadecuación de la vida humana, de los valores que crean una comunidad, a cualquier forma de transacción en cierto sentido económica, coloca la gratitud y la donación en una posición central”. Pero el intercambio no puede confundirse con la reciprocidad, cuyo aspecto esencial es que las transferencias que genera son indisociables de las relaciones humanas: los objetos de las transacciones son inseparables de los individuos que las crean; es decir, en el ámbito de la reciprocidad el intercambio deja de ser anónimo e impersonal.

En otros textos⁶, me he detenido a ilustrar las considerables diferencias analíticas que existen entre el principio de intercambio, en el que se basa la esfera de la economía privada, y el principio de reciprocidad, que es la base de la eco-

nomía civil. (La expresión “economía civil” apareció por primera vez en el léxico político-económico en 1753, año en que la Universidad de Nápoles instituyó la primera cátedra de Economía del mundo, nombrando como titular a Antonio Genovesi, cuya obra fundamental se titula *Lezioni di economia civile*). Aquí me limito a recordar que la relación de reciprocidad viene dada por un conjunto de transferencias bidireccionales, cada una de ellas voluntaria de forma independiente, aunque todas unidas entre sí. Esa independencia implica que cada una de las transferencias es libre en la medida en que ninguna de ellas es condición para que se dé la otra, pues no hay ninguna obligación externa por parte del individuo transferente. Por el contrario, las transferencias generadas por el intercambio sí son condición unas de otras, hasta el punto de que la fuerza de la ley siempre puede intervenir para exigir que se lleven a cabo las obligaciones contractuales. En este sentido, hay más libertad en la relación de reciprocidad que en la de intercambio, porque en este último la transferencia en una dirección viene obliga-

da por la opuesta. La otra característica de la reciprocidad –la unión de las transferencias– es lo que la distingue de la filantropía (o puro altruismo), que consiste en una serie de transferencias unidireccionales y aisladas.

La reciprocidad postula, por tanto, un cierto equilibrio entre lo que se da y lo que se espera obtener a cambio (pero que no se exige), un equilibrio que no se manifiesta en un contravalor, sino en formas y modos que dependen de los parámetros culturales y de las normas sociales imperantes en cada sociedad. Es precisamente esta característica la que nos permite comprender cómo se genera esa correlación y, en consecuencia, cómo surge una nueva sociabilidad. En el altruismo puro, sin embargo, siempre se esconde la dependencia: si quien recibe no está en condición de corresponder, acabará por sentirse humillado y, con el tiempo, por odiar a su benefactor, como recuerda Séneca en la Carta X a Lucilio: “La locura humana ha llegado al punto de que hacer grandes favores a alguien puede resultar peligroso: puesto que quien los recibe considera vergonzoso no corresponder y quiere

quitar del medio a su acreedor. No hay odio más amargo que el que nace de la vergüenza de haber traicionado a un benefactor”.

Para evitar posibles errores, quisiera precisar que no comparto la tesis de que el comportamiento humano se guíe tan sólo por motivaciones intrínsecas (aquellas que tienen su origen en la constitución moral de los agentes), sino que éstas simplemente *contribuyen* a explicar las actuaciones del hombre y son parte integrante de la definición de sus normas de racionalidad. Es más, no pretendo de ningún modo sostener que sea posible gobernar una economía moderna solamente con el principio de reciprocidad como alternativa al de intercambio: más bien deseo afirmar que una sociedad de mercado que sepa estimular, en lugar de mortificar, los comportamientos pro-sociales, tenderá a actuar de manera más eficiente, reduciendo sustancialmente los costes de transacción relacionados con su actividad, y a funcionar de forma más satisfactoria para todos.

En resumen, la idea central de mi exposición es que el hombre no es en sí mismo, só-

lo o fundamentalmente individualista, como afirma el individualismo axiológico, ni solamente “socializador” como sostiene el comunitarismo, tan en boga hoy en día en los Estados Unidos, sino que tiende a desarrollar las inclinaciones más incentivadas en el contexto social en el que actúa. La tesis según la cual la pro-socialidad y la reciprocidad son “excepciones” que deben explicarse a la luz de la “primacía natural e histórica” del propio interés, parece tan extrema como la contraria. En su extraordinaria complejidad de comportamiento, el hombre puede guiarse por una gran variedad de motivaciones. La eficiencia y la justicia de una sociedad de mercado compleja dependen de su capacidad de estimular las mejores motivaciones individuales, dejando libertad a los agentes económicos para que busquen al mismo tiempo el mayor bienestar para sí mismos y para los demás, a través de una “razonable” mediación entre las dos instancias. Mediación que nace de la práctica recurrente de la interacción personal como valor en sí mismo. Es esta continua capacidad de mediación, que también acepta el “*self-interest*

ilustrado”, aunque no la desarrolla, la que permite mantener las indispensables redes de confianza y de ayuda recíproca que “sostienen” las actividades de producción y de intercambio.

La importancia del reto de tener en cuenta la categoría de la reciprocidad puede captarse reflexionando sobre los siguientes interrogantes. Por comodidad, supongamos que en el mercado actúan solamente dos tipos de individuos, los motivados por el interés propio y los que practican la reciprocidad: ¿cómo interaccionan entre ellos? Por ejemplo, en el caso del suministro privado de bienes de uso colectivo, ¿la interacción de los dos tipos de individuos lleva al *free-riding* generalizado, o es cierto que la existencia de agentes que actúan recíprocamente puede inducir a los *autointeresados* a portarse como si no fuesen tales, aunque sea por razones egocéntricas?

En segundo término, ¿en qué circunstancias las actuaciones de los individuos que funcionan recíprocamente influyen en el resultado final del sistema económico —que los economistas llaman equilibrio agregado— y en qué otras lo

hacen las de los *autointeresados*? Por ejemplo, sabemos que si los contratos fuesen siempre completos, el resultado final sería igual al de una economía caracterizada por la única presencia de agentes *autointeresados*. Y viceversa, cuando los contratos no están completos —como ocurre en la mayoría de nuestras economías— el comportamiento recíproco de los agentes es el que produce resultados eficientes (*first best*).

En tercer lugar, cuando en el mercado actúan distintos tipos de agentes, ¿cuál es el papel de las instituciones económicas? Como se sabe, las instituciones definen las reglas de interacción entre los individuos. Piénsese en las que regulan el funcionamiento del mercado de trabajo, de crédito, o de las empresas, entre otros. Si los individuos *autointeresados* y los que actúan recíprocamente intervienen en estos mercados, y puesto que las reglas del juego económico nunca son neutrales por naturaleza, es decir, indiferentes a la motivación que empuja a los individuos a la acción, está claro que se plantea un problema de diseño en el orden económico institucional. ¿Debe éste privilegiar o favorecer la labor económica

de uno u otro tipo de individuos? Puesto que no existe ningún criterio indiscutible para establecer que la tesis antropológica del *homo oeconomicus* merezca más atención y más dignidad científica que la del *homo reciprocans*, es evidente que la dinámica evolutiva de nuestras sociedades dependerá de cómo se realice la coexistencia entre ambas formas de acción económica en el proyecto institucional. Por decirlo de otra manera, puesto que las motivaciones en que se basa la economía civil son (por lo menos) tan legítimas como las *autointeresadas*, en el momento en que una sociedad verdaderamente liberal va a forjar un cierto orden institucional, no puede impedir a priori el crecimiento y la difusión de las primeras sobre las segundas, como hoy en día está sucediendo de manera estúpida.

¿Es común la práctica de la reciprocidad en la realidad actual? A diferencia de lo que podría parecer, se trata de un fenómeno relativamente difundido en las sociedades avanzadas. La reciprocidad no actúa solamente bajo distintas formas y grados —en la familia, en pequeños grupos informales, en las asociaciones de vo-

luntariado-, sino que está presente en todas las modalidades empresariales: desde la cooperativa, en la que la reciprocidad asume la estructura particular de la mutualidad, hasta las organizaciones sin ánimo de lucro y las no gubernamentales, en las que la reciprocidad llega a ser pura gratuidad, pasando por las más de setecientas empresas que apoyan el proyecto de economía de comunión. La evidencia empírica de los resultados económicos alcanzados hasta ahora por la economía civil y por sus modalidades concretas es amplia y muy exacta⁷. No es cuestión, por tanto, de ocupar aquí más espacio con este asunto. Basta recordar que, como muchos de los estudios sobre el desarrollo económico italiano han subrayado, el así llamado modelo de “nueva competencia” presupone, por su operatividad, tanto la disposición a cooperar por parte de los agentes, como una densa red de transacciones relacionales cuya estructura es muy similar a la que caracteriza las relaciones de reciprocidad. Es exactamente ahí donde se encuentra el secreto del éxito de nuestros distritos industriales, que no cesan de recibir atención por

parte de estudiosos y empresarios extranjeros, y al mismo tiempo causan frustración por su dificultad de aplicación en otros lugares, sobre todo en el sur de Italia. Un hecho ampliamente documentado es la consolidación del modelo de nueva competencia en mi país, que ha prosperado en aquellas regiones que, en siglos pasados, desarrollaron fuertes estructuras de reciprocidad. En este sentido, hablar de mera correlación o de simple coincidencia histórica resultaría demasiado superficial y reductivo.

Por esta razón no sirve de nada plantear la elección entre el principio de reciprocidad y el de intercambio. Puede que, además, resulte dañino porque una economía moderna necesita que ambos principios encuentren una realización concreta. A largo plazo, el mercado no puede basarse solamente en el principio del beneficio, como ya habían argumentado claramente Bernardino de Siena (¡en 1427!), Antonino de Florencia, Leonardo Bruni y Antonio Genovesi. La idea de basar todo tipo de transacción en la cultura del intercambio, y además con éxito, es muy ingenua. Si esta cultura llegase a

ser hegemónica, la responsabilidad individual coincidiría con lo pactado contractualmente. Cada uno actuaría siempre sólo según aquello que es de “su competencia”, con unas consecuencias fácilmente intuibles. Si la cultura del intercambio no se integra con la de la reciprocidad, se resentirá la capacidad de progreso. Por poner un ejemplo, la esfera **privada** de la economía no puede apreciar dos segmentos específicos de la población, como los minusválidos y las personas mayores, estas últimas cada vez más numerosas en nuestra sociedad, sin humillarlos. Sin embargo, y como es obvio, estas personas pueden producir valor, pero no dentro de empresas cuyo objetivo sea maximizar el beneficio. Por otro lado, un partidario del personalismo nunca podría aceptar que el asistencialismo estatal mantuviera a estos individuos, porque ello les quitaría parte de su dignidad y les haría sentirse insignificantes económicamente, algo que está pasando en Italia con los “trabajos socialmente útiles”. De ahí la urgencia de poner en marcha la esfera de la economía civil. La libre e igual competencia entre la econo-

mía privada y la civil determinará qué bienes o servicios se abastecerán según la modalidad del intercambio y cuáles según la de la reciprocidad, tal y como estimen más conveniente o eficaz los propios ciudadanos. Todo ello sin ninguna clase de paternalismo.

Sustancialmente, la posición que estoy defendiendo es que el pluralismo es necesario no solamente en lo político –cosa obvia– sino también en lo económico. Es plural y, por tanto, democrática la economía en la que caben varios principios de organización económica –el intercambio, la reciprocidad, la redistribución– sin que el orden institucional existente favorezca a ninguno de ellos. En una sociedad verdaderamente liberal, la efectiva (y no solamente virtual) competencia de oferta de muchos tipos de bienes (desde los privados a los públicos, los meritorios y los relacionales) entre distintos sujetos, establece qué modelo de abastecimiento prefieren los ciudadanos. En definitiva, la verdadera revolución copernicana es demostrar con los hechos que es posible estar **dentro** del mercado y **en** el mercado, guiando las acciones

económicas con una lógica distinta a la del beneficio.

SENTIDO DEL TRABAJO Y PLENA OCUPACIÓN

EL ARGUMENTO hasta ahora desarrollado encuentra una aplicación interesante en el ámbito del trabajo. La doctrina social de la Iglesia -a partir de la *Rerum Novarum* (RN)- se ha interesado por el tema del trabajo y su relación con la persona, con intervenciones en distintos ámbitos: desde el pontificio, al de las iglesias locales, pasando por el de los obispos. Sin embargo, es posible captar una interesante novedad: el cambio dado por el pontificado de Juan Pablo II en la más reciente doctrina social de la Iglesia. El enfoque se ha desplazado -por decirlo de algún modo- desde las problemáticas tradicionales (la explotación del trabajador y los criterios de determinación del salario justo; las relaciones entre el trabajador y el empresario; las cuestiones sindicales; la participación de los trabajadores en la gestión o en los beneficios de la empresa) a la gran cuestión del empleo y del “trabajo

para todos”. En realidad, ya en la *Laborem Exercens* (LE) se habla del carácter distintivo del trabajo, que le permite jugar un papel especial en la sociedad porque une a las personas y crea la comunidad (LE, 20). Es decir, el trabajo es el creador de la sociedad humana y, por tanto, es necesario edificar una “cultura del trabajo” capaz de sintetizar sus distintas dimensiones: la familiar, la personal, la económica y la comunitaria. Recuérdese la rotunda afirmación de Juan Pablo II en la LE: “El trabajo es para el hombre y no el hombre para el trabajo”. De ahí, la invitación a pensar en términos de una “ecología social del trabajo” (*Centesimus Annus*, 38), para cuya realización, Juan Pablo II alude a la “subjetividad de la sociedad civil” (CA, 49).

Este no es el lugar apropiado para profundizar en las razones del mencionado cambio. Me limito a indicar que, aunque no constituya un fenómeno nuevo en el mundo occidental, el hecho de que la Iglesia tenga en cuenta que el problema del empleo ha adoptado hoy formas y caracteres diferentes, no es ajeno a esta reorientación.

Hace cincuenta años, J. M. Keynes pensaba que el desempleo masivo en una sociedad rica era algo absurdo y vergonzoso, algo perfectamente eliminable. Hoy en día, nuestras economías son tres veces más ricas que las de antes. Keynes tendría razón al considerar el desempleo actual tres veces más absurdo y peligroso, porque en una sociedad tres veces más rica, la desigualdad y la exclusión social provocadas por él son, por lo menos, tres veces más disgregadoras. No debe olvidarse, además, que en los años treinta se sufrían los efectos de la crisis más grave experimentada por el capitalismo industrial, que redujo a la mitad el sector en Alemania y Estados Unidos. Hoy en día, sin embargo, parece que el desempleo es un instrumento para conseguir la prosperidad económica: no hace despidos la empresa que está en crisis sino la que está sana, porque quiere ampliar su margen de competitividad. Justamente eso es lo que crea el problema: el desempleo no es tanto un efecto o un síntoma de crisis, como una estrategia para competir con éxito en la época de la globalización. La doctrina social de la Iglesia, “que cami-

na con la humanidad”, advierte que un orden social que incorpora ese uso estratégico del desempleo entre sus mecanismos de funcionamiento no es moralmente aceptable, y yo añadiría, no es económicamente sostenible. Debemos preguntarnos, entonces, si en lugar de discutir la cuestión poco a poco, proponiendo sugerencias y medidas válidas, pero por debajo de las necesidades, no sería más importante reflexionar sobre las características fundamentales del actual modelo de crecimiento, para conseguir con ello líneas de intervención menos resignadas e inciertas.

La tesis que voy a exponer, sin llegar a argumentarla plenamente, es que hoy en día el desempleo es consecuencia de una organización social que es incapaz de articularse en el modo más adecuado para valorar los recursos humanos de que dispone. Es un hecho que las nuevas tecnologías de la Tercera Revolución Industrial liberan del proceso productivo un tiempo social que el actual orden institucional de nuestras sociedades transforma en desempleo. Por otro lado, el aumento de la disponibilidad de tiempo en el sistema producti-

vo –utilizable para una gran cantidad de usos diferentes– sigue empleándose para producir mercancías (o servicios para la producción de mercancías) de las que podríamos prescindir, mientras que, por contraste, no se producen ni los productos ni los servicios que quisiéramos consumir. Ello demuestra que se malgastan demasiados esfuerzos en ideas y proyectos ilusorios, que sólo crean trabajo efímero o interino, en lugar de emplearlos en rediseñar la vida de la sociedad post-industrial. Sociedad que, afortunadamente, puede encargar las tareas más repetitivas a las “nuevas máquinas”, para que se pueda utilizar el tiempo libre en empleos que aumenten los espacios de libertad de los ciudadanos.

Hoy en día sabemos que la competitividad es el horizonte más idóneo para proponer la creación de nuevos puestos de trabajo. Sólo las empresas competitivas pueden nacer y crecer y, por ello, crear empleo: los puestos de trabajo aumentan con los márgenes de competitividad de las empresas. Ésta es la nueva regla de oro del empleo, que supone una gran novedad respecto al pasado más reciente, cuando podía

asegurarse (casi) el pleno empleo con el mantenimiento de las “ramas secas” de la economía.

Sin embargo, ésa es una regla muy difícil de seguir en la práctica. En primer lugar, porque las nuevas tecnologías aumentan la productividad media del sistema por encima de la producción de bienes y servicios. Se ha constatado que la productividad media en los países de la OCDE aumenta un 3% al año. Por el contrario, es evidente que resulta prácticamente imposible incrementar la demanda media anual de bienes en un 3%. Piénsese en lo que ocurrió primero en el sector agrícola y más tarde en el de la industria de base (siderurgia, cemento, química): el aumento de la productividad fue acompañado de un incremento menor de la producción y, por tanto, de una drástica reducción del empleo. De hecho, si una sociedad que registra aumentos constantes y elevados de la productividad media, quiere mantener invariable su nivel de empleo –no estoy diciendo de ocupación– tendrá que aumentar su consumo en la misma medida en que ha acrecentado la productividad. Y, puesto que, el consumo de

bienes y sobre todo de servicios necesita tiempo, hay que consumir aún más frenéticamente para conservar invariable el nivel de empleo. Ya Linder, en un célebre ensayo de 1970⁸, había indicado que el aumento de la intensidad del consumo llevaba a un resultado paradójico: el consumo cada vez mayor de bienes en una misma unidad de tiempo, disminuye, en lugar de aumentar, la utilidad de los individuos, algo que precisamente los agentes racionales tendrían que intentar maximizar. De hecho, aunque el incremento de la intensidad del consumo resulta útil en las primeras fases de desarrollo industrial, en las que aparece la producción en masa, tiende a producir una disminución de la utilidad conforme el proceso se va completando.

Una segunda e importante razón por la que es prácticamente imposible respetar la nueva regla de oro del empleo, es que acabaría por desencadenar en nuestras sociedades una nueva forma de competencia, la que Hirsch⁹ llamó *competencia posicional*. El aspecto verdaderamente inquietante de la *competencia posicional* radica en lo que supone de competencia

destruictiva: agrava el bienestar tanto individual como social porque, si por un lado genera desperdicio de opulencia, por otro daña el tejido social. Como Tocqueville había anticipado brillantemente, la *competencia posicional* “nace de la igualdad como presupuesto y acaba por superarla: la igualdad de principio pone en movimiento la búsqueda de la desigualdad de hecho”¹⁰. A diferencia de lo que ocurre en las competencias deportivas y en el mercado, donde sí hay vencedores y perdedores, pero es posible retomar el juego en fases sucesivas, aunque sea en condiciones distintas, en la *competencia posicional* el perdedor lo es para siempre¹¹.

En definitiva y para concluir. Hoy en día, no es el desconocimiento de posibles remedios ni la falta de instrumentos operativos lo que dificulta la solución al problema del empleo. La consecución del objetivo que identifica plena ocupación con pleno empleo choca frontalmente con la de otros fines igualmente lícitos e importantes: un crecimiento ecológicamente sostenible; un modelo de consumo que no aliene, distorsionando las preferencias individuales;

una sociedad no estratificada y tendencialmente “incluyente”. Por decirlo de otro modo, el límite insuperable de todas las propuestas destinadas a aliviar la plaga del desempleo, incluso de las más sutiles, es generar en nuestras sociedades peligrosos *trade-offs*: para distribuir el trabajo se impone un modelo de consumo neo-consumista. O bien se legitiman nuevas formas de pobreza (las llamadas nuevas pobrezas), o bien se reducen los espacios de libertad de los ciudadanos. Todo ello es inaceptable desde el punto de vista de la ética. Soy de la opinión de que cuando se alcanzan tales niveles, hay que atreverse a explorar vías nuevas.

Sintetizando, es necesario intervenir en la frontera que hasta ahora ha mantenido separada la esfera del trabajo, como puesto de trabajo, de las demás actividades laborales, en el sentido de favorecer la ampliación de la segunda respecto a la primera. De hecho, la industria seguirá aumentando su producción y sobre todo su productividad. Pero estos aumentos no podrán constituir el motor del crecimiento. En particular, la industria no podrá acoger a todos los trabaja-

dores obligados a marcarse otros objetivos por los continuos incrementos de productividad. Como se puede comprender, el exceso de trabajadores puede utilizarse de dos formas: degradando el trabajo sobrante en desempleo y/o en sub-remuneración, o bien redistribuyendo el trabajo necesario entre todos los individuos, mediante unas medidas de reducción del horario de trabajo. La primera vía es inaceptable; la segunda insuficiente. La cuestión es que quedarse tan sólo en el ámbito del mercado de los bienes privados —en el sector privado de la economía— hace impensable dar trabajo a todos los “liberados” por los aumentos de productividad, sin que ello desencadene problemas de sostenibilidad y compatibilización, de los que ya se ha hablado en el párrafo anterior.

Lo que propongo es favorecer con políticas adecuadas la transferencia del trabajo liberado del sector privado de la economía al civil. El producto de la economía civil posee dos características. La primera es que los bienes producidos por el sector civil de la economía, con clara ventaja comparativa respecto a los demás, pertene-

cen a la categoría de los bienes relacionales (servicios para las personas; bienes meritorios; algunos tipos de bienes públicos), o sea, aquéllos que sólo se producen y se disfrutan de manera óptima cuando se hace conjuntamente entre productores y consumidores, a través de las relaciones que los unen¹². La segunda característica es que el trabajo que se desarrolla en las organizaciones que forman el variado mundo de la economía civil presenta unas propiedades distintas a las del trabajo asalariado, al que antes he llamado empleo.

Sustancialmente, si es cierto –como parece– que la calidad de vida se mide por la libertad, entendida como posibilidad de autorrealización (mientras que el aumento de la renta per cápita indica simplemente una mayor capacidad de gasto), entonces, todo lo que favorece el surgimiento de bienes relacionales en los ámbitos legislativo, administrativo y financiero, permite una ampliación de los espacios de libertad del ciudadano. En este sentido puntual, una estrategia auténticamente liberal es todo lo contrario de una estrategia “liberista”, dado que deja a los

individuos de la sociedad civil, portadores de cultura, que determinen qué bienes y servicios desean que se produzcan y distribuyan según la regla del mercado privado (la regla del beneficio) y cuáles, por el contrario, se oferten según la regla del mercado civil (la regla y el principio de reciprocidad).

EN LUGAR DE UNA CONCLUSIÓN

EL SENTIDO ÚLTIMO de esta exposición es que la actuación de la democracia en una sociedad avanzada lleva consigo una demanda de relacionalidad, que debe interpretarse y satisfacerse con atención si se quieren evitar efectos perversos de gran importancia. La cuestión central de la transición hacia el *post-fordismo* radica en saber cómo actuar para que sean los ciudadanos quienes decidan con libertad qué modalidades de oferta de bienes demandan. Lo que está en juego no es tanto la libertad de decidir qué bienes se van a producir (privados, públicos, meritorios o relacionales), como la libertad de decidir sus modos de abastecimiento. Ésta es la razón por la cual no se puede invocar

al principio de eficiencia para decidir *qué* producir y *cómo* hacerlo.

Los admiradores acríticos del mercado como institución social olvidan que es justamente la expansión hegemónica de las relaciones a las que he llamado economía privada, la que destruye, lenta pero inexorablemente, las normas y convenciones sociales que están en la base de la economía civil y, de este modo, preparan el camino para la afirmación de nuevas formas de estatalismo. Hoy en día, es urgente tener en cuenta que el crecimiento hipertrófico del Estado y del mercado privado no es algo secundario en la explicación de los numerosos problemas que preocupan a nuestras sociedades. Si así fuese, el remedio no se encontraría en la radicalización de la alternativa entre economía pública y privada, o sea, entre neo-estatalismo y neo-liberalismo, sino en el vigoroso “florecimiento” de las formas de organización que caracterizan a toda economía civil moderna. Lo que se pretende es que se actúe rápidamente para superar el concepto de economía de mercado, que una determinada divulgación de la tradición del pensa-

miento liberal y marxista nos ha transmitido desde mediados del siglo XIX, un concepto según el cual el mercado existe *únicamente* en la esfera de las empresas privadas, o sea, de las organizaciones que actúan por el beneficio. El efecto más nocivo del concepto restringido (y obsoleto) del mercado es hacernos creer que un comportamiento que se inspire en valores diferentes de los del interés propio lleva inexorablemente al desastre económico. Animándonos a esperar lo peor de los demás, este concepto acaba por hacer aflorar lo peor de nosotros mismos. Y no sólo eso; acaba también por limitar enormemente el recurso a capacidades como la fantasía, la benevolencia, la reciprocidad, puesto que las considera meramente intrínsecas al carácter humano y no unidas al proceso de civilización de la sociedad.

Voy a concluir con la referencia a un pensamiento antiguo y por eso mismo actual. Ambrosio veía en la auténtica cultura dos movimientos: *nova semper quaerere* (“buscar siempre lo nuevo”) y *parta custodire* (“conservar lo que se ha conseguido”). Un proyecto cultural debilita su función si se limita a conservar y no se preocupa

de buscar lo nuevo, de explorar las *res novae*. Pero también va a menos cuando por perseguir lo “nuevo” pierde el contacto, o incluso corta la unión, con sus raíces. Por tanto, hay que buscar la vía para unir las alas con las raíces. Es cierto que las raíces sin alas se convierten en un freno, en un obstáculo para el desarrollo, pero no es menos cierto que las alas sin raíces, es decir, sin la capacidad de orientación que de ellas proce-

de, corren el peligro de transformar al hombre en la ingenua paloma de la que hablaba Kant en su *Crítica de la razón pura*: “La ligera paloma, mientras hiende el aire que le ofrece resistencia durante el vuelo libre, podría imaginar que volaría mucho mejor en un espacio sin aire”. Pero moverse en un “espacio sin aire” lleva sólo a la utopía, o sea, literalmente, a “ninguna parte”.



NOTAS

- 1 Para un tratamiento más exhaustivo del argumento desarrollado en este párrafo, consultar mi libro (2000), *Sui rapporti tra società civile, società di mercato e società politica*, Mimeo, Bologna. Un enfoque de tipo antropológico y sociológico del tema en Donati, P. (1992), *Teoria relazionale della società*, Laterza, Bari.
- 2 Giddens, A. (1999), *La tercera vía*, Il Saggiatore, Milán.
- 3 Zamagni, S. (2000), "Economía civil e società globale: elementi per un progetto sostenibile", en *Umanizzare l'economia*, Monti, Saronno. Véase también Zamagni, S. (1999), "Social paradoxes of growth and civil economy", en Gandolfo, G. y Marzano, F. (eds), *Economic Theory and Social Justice*, Macmillan, Londres.
- 4 En su célebre obra *La riqueza de las naciones*, de 1776, Smith está tan preocupado por salvaguardar las razones de la libertad, que despotrica contra el espíritu monopolizador de comerciantes y manufactureros, quienes, en su opinión, no son ni deberían ser jamás los gobernantes de la humanidad (p. 483).
- 5 He desarrollado el tema de este párrafo, aunque desde una perspectiva distinta, en el ensayo (2000), *Humanizing the Economy: on the Relationship Between Catholic Social Thinking and Economic Discourse*, Mimeo, Bologna. Véase también Oakeshott, M. (1993), *Morality and Politics in Modern Europe*, Yale University Press, Nueva York. Una interesante historia de los distintos conceptos de estado en la época moderna en Toulmin, S. (1990), *Cosmopolis*, Chicago University Press, Chicago. Toulmin distingue entre dos tipos de modernidad: el humanismo escéptico del Renacimiento tardío, unido a los nombres de Montaigne, Erasmo o Shakespeare, y el racionalismo de los últimos años del siglo XVI, representado por Descartes y, más tarde, por Newton. Toulmin demuestra que el proyecto racionalista encuentra un gran impulso en el desarrollo del estado-nación después de la paz de Westfalia, y cómo llega a su fin en los años sesenta del siglo XX, tras el asesinato de J. F. Kennedy, acontecimiento a partir del cual empezó el proceso de erosión de la autoridad moral de los estados nacionales.
- 6 Zamagni, S. (1997), "Economía civil come forza di civilizzazione per la società italiana", en Donati, P., *La società civile in Italia*, Mondadori, Milán. Véase también Bauman, Z. (1999), *La sociedad de la incertidumbre*, Il Mulino, Bologna.
- 7 Una puesta al día, desde el punto de vista conceptual, de los resultados alcanzados por el proyecto de la economía de comunión en Bruni, L. (2000), *Economia di comunione*, Città Nuova, Roma. Para la evidencia empírica de las realizaciones del principio de reciprocidad véase también Fehr, E. y Gächter, S. (1998), "Reciprocity and economics: the economic implications of homo reciprocans", *European Economic Review*, 42.
- 8 Linder, S. (1970), *The Harried Leisure Class*, Columbia University Press, Nueva York.

9 Hirsch, F. (1976), *The Social Limits to Growth*, Oxford University Press, Oxford.

10 Citado en Orsini, P. (1976), “La domanda posizionale e le risposte del mercato”, *Rivista Internazionale di Scienze Sociali*, sept.

11 En cierto modo es lo que S. Rose llama “el efecto superstar”, según el cual, en muchos ámbitos de la actividad económica quien gana, lo gana todo y quien pierde lo pierde todo. Ello explica el incremento progresivo en los últimos veinticinco años de la desigualdad que va unida al aumento de la riqueza media, auténtica paradoja (y escándalo) de nuestra época de desarrollo.

12 A diferencia de un bien privado, del que se puede disfrutar a solas, y a diferencia de un bien público, del que pueden disfrutar conjuntamente varios individuos, un bien relacional

presenta una doble connotación. En lo que a su producción se refiere, exige la coparticipación de todos los miembros de la organización, sin que sus términos sean negociables. Ello implica que el incentivo que empuja a unos individuos a tomar parte en la producción del bien relacional, no se extiende a la relación que los une: la *identidad* del otro cuenta. (Piénsese en lo que ocurre en una cooperativa social o en una asociación de voluntariado). En cuanto al consumo, la función de un bien relacional no puede perseguirse prescindiendo de la historia de los individuos, porque la relación con el otro es constitutiva del momento del consumo y, por tanto, determina su utilidad. Sobre la temática de los bienes relacionales véase Gui, B. (1994), “Interpersonal relations: a disregarded theme in the debate on ethics and economics”, en Wameryd, L., *Ethics and Economic Affairs*, Routledge, Londres.

Copyright of *Empresa y Humanismo* is the property of Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, S.A. and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.