ABELA, Andrew Y CAPIZZI, Joseph (2014)

A Catechism for Business: Tough Ethical Questions and Insights from Catholic Teaching

The Catholic University of America Press, Washington

"[Mostrar] que en las relaciones mercantiles el principio de gratuidad y la lógica del don, como expresiones de fraternidad, pueden y deben tener espacio en la actividad económica ordinaria (…) es una exigencia del hombre en el momento actual, pero también de la razón económica misma. Una exigencia de la caridad y de la verdad al mismo tiempo" (CiV, 36). Desde siempre, pero de modo especial durante este último siglo, la Iglesia Católica ha ofrecido numerosos lineamientos en relación con la economía y los negocios, aunque el medio utilizado –especialmente cartas encíclicas– lamentablemente no ha sido de fácil acceso para los hombres de negocios, y muchas veces se ha ignorado.

Acercar los principios del Magisterio al público en general es el cometido que se propusieron Andrew Abela –decano de la Escuela de Negocios y Economía– y Joseph Capizzi –profesor de Teología Moral–, ambos de la *Catholic University of America* (Washington), cuando algunos años atrás comenzaron a planear este proyecto, hoy plasmado en lo que acordaron en llamar un "catecismo para los negocios". Publicado en marzo de 2014, este libro, del que pronto contaremos con una edición en español, es pequeño en extensión –apenas 144 páginas– pero de un enorme potencial por la profundidad de sus contenidos, y ha sido considerado por Michael Novak como "el manual más práctico de doctrina social cristiana en relación a la vocación de las personas en los negocios que se haya escrito jamás".

Publicar un libro de estas características es un acto de valentía, no solo conveniente, sino también muy oportuno, tanto desde el punto de vista social como científico. Probablemente haya sido en el siglo XX cuando con más fuerza se han expresado en la comunidad científica y en la sociedad en general las consecuencias del *odium theologicum* medieval. En su famoso ensayo *On liberty* (1859), John Stuart Mill, interesado por la economía política, recurre precisamente a esa frase latina para proponer un nuevo método científico para las ciencias sociales, libre de sentimientos morales y basado más bien en ar-

gumentaciones racionales. Sin embargo, este ferviente rechazo a las connotaciones de orden moral parte de un error filosófico, el de considerar que la moral es un sentimiento, como sugiere Adam Smith, siguiendo a Hume, en su *Teoría de los sentimientos morales*.

No obstante, esta actitud tan común en el modo de pensar moderno, que evidencia una inadecuada comprensión de la racionalidad humana, ha sido adoptada por varias tradiciones de pensamiento. Sirva, a modo de ejemplo, el famoso análisis que realiza Weber de la acción racional, en el que excluye las acciones de tipo "tradicional" y "afectivo" por considerarlas "pre-reflexivas", que es un modo de referirse a un tipo de acción irracional. Esta consideración errónea del sentido de la tradición ha sido fuente de graves consecuencias éticas y políticas, y ha generado una fractura entre lo "objetivo" y lo "subjetivo", relegando la moral a este último plano, es decir, excluyéndola del ámbito público, que es donde se llevan a cabo los negocios.

En cualquier caso, separar la acción de su dimensión moral ha promovido un cientificismo excesivo y un desprecio cada vez más notorio de las humanidades y la teología en las ciencias sociales. Por ello, a finales del siglo XIX surge la Doctrina Social de la Iglesia (DSI) como un conjunto de principios referentes a la realidad social, política y económica, basado en el Evangelio y el Magisterio de la Iglesia Católica.

En *Caritas in Veritate*, la última encíclica social, Benedicto XVI reafirma el mismo espíritu que animó a la primera (*Rerum Novarum*, León XIII, 1891*):* "La DSI sostiene que se pueden vivir relaciones auténticamente humanas, de amistad y de sociabilidad, de solidaridad y de reciprocidad, también dentro de la actividad económica y no solamente fuera o «después» de ella. El sector económico no es ni éticamente neutro ni inhumano o antisocial por naturaleza. Es una actividad del hombre y, precisamente porque es humana, debe ser articulada e institucionalizada éticamente" (CiV, 36).

La obra que aquí se reseña es una gran oportunidad para conocer algunos –la riqueza de la DSI es inagotable– de sus principales lineamientos. La recopilación comienza con un capítulo sobre cuestiones generales, que incluye tres subapartados: el contexto económico, su aplicación de la DSI a los negocios, y dilemas morales en los negocios. En el primer apartado se recogen las cuestiones más amplias, como por ejemplo, si existe un derecho a la propiedad privada, y cómo debe ejercerse; si el capitalismo o el socialismo son compatibles con la DSI, o si la Iglesia recomienda algún modelo económico específico; cuál es el rol del Estado en la economía; qu´r opina la Iglesia de la globalización y

si estructuras económicas injustas conducen al pecado. Respecto a la aplicación de la DSI a los negocios, tras presentar el sentido espiritual del trabajo se analizan cuestiones fundamentales, como la relevancia de la DSI, sus principios, su implementación, sus niveles de aplicación y otras cuestiones relativas a la responsabilidad. Destacan dos cuestiones de sumo interés práctico: si la DSI es ocasión de negocios menos rentables y si estos principios únicamente son aplicables a los católicos.

Los capítulos 2 a 7 son menos generales y están orientados más bien a cuestiones concretas de aplicación práctica, tal como se pone de manifiesto en su misma temática: *Finanzas e inversión* (cap. 2), que incluye a su vez ganancias, impuestos e inversiones; *Management* (cap. 3), en donde se abordan también los subtemas acerca de compensaciones, beneficios, condiciones y relaciones laborales; y, bajo el título *Marketing y ventas* (cap. 4), productos, promoción y publicidad, precios y ventas. Los capítulos 5 y 6 se refieren a *Manufactura* y *Negocios internacionales*, respectivamente, y, por último, el capítulo 7 trata de *Industrias particularmente sensibles* desde el punto de vista moral, como son el cuidado de la salud, la industria farmacéutica y los medios de comunicación. Tras una conclusión general sobre la responsabilidad de los cristianos en los negocios, cierra el libro un índice temático que facilita la búsqueda de contenidos.

La obra en su totalidad es una recopilación de textos breves extraídos de documentos eclesiásticos oficiales, en su gran mayoría encíclicas sociales (*Rerum Novarum*, *Laborem exercens*, *Quadragesimo anno*, *Mater et Magistra*, *Pacem in Terris*, *Populorum progressio*, *Sollicitudo rei socialis*, *Centesimus annus*, *Veritatis Splendor*, *Evangelium Vitae*, *Caritas in Veritate*) pero también mensajes, cartas, exhortaciones apostólicas y el Catecismo de la Iglesia Católica. Se echa en falta la reciente y polémica exhortación apostólica de Francisco I, *Evangelii Gaudium*. El formato de cada capítulo se estructura en la forma de preguntas (en total 114), cuyas respuestas breves son contundentes en aquellos casos en que lo es la Doctrina, o invitan a la reflexión cuando no hay una respuesta explícita a tales cuestiones. En última instancia, es una invitación a superar la fractura vigente entre los ámbitos laboral y personal, y a afrontar los complejos desafíos que presenta el mundo actual con humildad y esperanza. Porque, como nos recuerda Benedicto XVI, "en los momentos más difíciles y complejos, además de actuar con sensatez, hemos de volvernos ante todo a su amor" (CiV, 79).

Germán Scalzo
Universidad Panamericana, México