

Democracia nueva, economía nueva

Que la economía de comunión sea una economía del trabajar siempre para dar siempre y no solamente cuando se es joven puede parecerle heroico a quien se empeña en vivir según el «bien vivió el que bien se retiró».

.....
Julio del Rosal

Valencia.

1. La economía es antropología

Para el liberalismo, el mercado es una institución sólo compatible con las motivaciones egocéntricas. No mucho más que eso (un sumatorio de egoístas) es lo económico. Según Adam Smith, fuera de la familia no existe la generosidad, sino el egoísmo racional, motor de la economía. Pese a ello, la economía liberal pretende dar lecciones de ética con su «nueva cultura empresarial», que es el mismo perro con el nuevo collar de la «ética corporativa», o «moral de la rentabilidad», con sus «códigos de ética empresarial» forrados con la piel de los trabajadores pobres, en los cuales códigos se habla de credibilidad, confianza, calidad, responsabilidad, legalidad, etc, haciendo creer que lo corporativo (es decir, la «familia empresarial») es lo social mismo: de esta manera creen vivir el universalismo moral quienes se autoidentifican con el universo. En resumen, los neoliberales ven en la economía una «moral de la rentabilidad» o «ética de los negocios», mientras su fundamentalismo del mercado sume en el hambre a las tres cuartas partes de la humanidad. En su cínico doblelenguaje, «atención personalizada» significa «cliente», y «ética cívica» ética de los que tienen posibilidades de compra. Ellos, los neoliberales, hablan de *win-win-relationships* (relaciones entre ganadores), sin considerar que son muchos más los perdedores que los ganadores. El negocio es el negocio, la maximalización de los beneficios, el dar poquísimo para obtener muchísimo con ayuda de las leyes, que para eso están, e incluso burlándolas cuando conviene.

Las empresas productivas de libre mercado han optado por reinstalar más o menos el elemento social y espiritual en la economía capitalista separando el momento de la donación para fines sociales del momento de la acumulación, olvidando que quien acumula de mala manera no puede compartir de buena (sólo compartirá como es debido quien obtenga beneficios de buena forma). Por eso rechazamos la amalgama de lo sagrado y lo profano a partir de lo profanado mismo.

Por lo demás, la economía neoliberal queda entendida como herramienta para la satisfacción de nuestras necesidades. Lo curioso es que esa racionalidad instrumen-

¿PARA QUÉ LA DEMOCRACIA?

tal termina poniendo al obrero al servicio de la herramienta, y no a la inversa. Marx tuvo una visión actual de lo que ocurre todavía hoy: el trabajador es más mercancía cuantas más mercancías produce, más objeto cuanto más objetiva. Esa economía es dinero que busca más dinero: cuando la base económica se tuerce, la altura axiológica (el valor espiritual) se desploma. Lejos de ser ciencia exacta, la economía es antropología: dime qué antropología pretendes, y te diré qué economía desarrollas. ¿Por qué los profesionales del gremio reducen la economía a mercancía? Una economía que no sabe decir tú es una declaración de guerra. Sólo a los egoístas puede satisfacerles una economía que enriquece a unos pocos y depaupera a casi todos; solo a ellos el bienestar económico obtenido a expensas de los excluidos puede producirles felicidad, porque —insensibles al ajeno sufrimiento— esperan que sus beneficios sirvan de parapetos a cuanto no son ellos mismos. Pero los capitalistas industrializados consumen el 52% del oxígeno renovable de la atmósfera, cuando sólo representan el 16% de la población mundial: ¿dónde el aislamiento, si el aire que respiramos es uno?

Por ser la economía expresión de la antropología, para las economías de comunión el *inter esse* inter-humano es la base de todo otro *interés*. Y su capital consiste en actuar con cabeza, capitalmente; esto sí que es verdadero capital, no un lugar de confrontación (pues con los amigos no se lucha, de los amigos no se defiende uno) sino ocasión de encuentro y realización personal, demanda creciente de vida en común, capital relacional.

2. Un beneficio donde se pueda dar sin perder y tomar sin quitar

Si toda relación humana ha de ser ganadora (y no fracasante, autoderrotante, frustrante, inexitosa), también la económica está llamada a ser de suma cero, a que todos ganen y ninguno pierda, cuando en la gestión económica se buscan *beneficios* (hacer bien, buena eficiencia) antropológicos, no sólo crematísticos. Sólo cabe una economía *non profit*, si condivide el beneficio. La actividad económica relacional está inter-esada también en otros «beneficios»: el bienestar de los trabajadores, en la promoción de las motivaciones humanas —no todo es cerveza en la vida—, en imprimir un giro revolucionario a la vida y a la historia. Aquí cabe dar sin perder y tomar sin quitar, y los beneficios son la añadidura, el efecto, y no la causalidad ejemplar o el motor ideatorio de la relacionalidad económica: serán el resultado felicitario de una vida buena. Así como la felicidad no puede buscarse

por sí misma, sino que resulta de una vida buena, así también la fertilidad del esfuerzo produce beneficios no buscados. Su beneficio no es el cálculo de resultados («lógica» del beneficio económico que en nada beneficia al desarrollo humano y es ilógica, aunque tenga muchos valedores, turiferarios, promotores y *managers*). Al empresario que busca acumular (¿para enterarse al final de su vida de que el hijo con el que contaba para sacarla adelante, o no tiene capacidad, o quiere ser poeta!), la cultura del dar le propone compartir en vida el producto en vez de acumularlo todo para depositarlo al final en una fundación, en un capital, o en una galería de arte y contentarse con la ‘inmortalidad’ de un busto de mármol que ni siquiera tendrá la satisfacción de ver.

La economía debería ser un momento privilegiado para la amistad y el encuentro, para ejercer la vocación de ser persona, para construir una ciudadanía de la reciprocidad. Quien comete injusticia esclaviza lo mejor de sí.

3. A mayor beneficio, mayor donatividad

El beneficio humano, se basa en la cultura del dar, *donatológica*, agatológica, y sólo derivadamente ontológica (basada en el ser, y en su variante del tener). Quien dice persona dice don, cultura que va del tener al dar y del dar al darse, cultura que no quiere ser para tener, sino que tiene su tener para ser más buenos. El donante no pierde lo donado al receptor: más se posee cuanto más se regala, hay más alegría en dar que en recibir. El don de los dones culmina en el darse: quien no da su yo lo pierde. Qué triste es esperar a morir para compartir: la lucha de muchos con su muerte sólo busca retrasar el inevitable don final. Venimos del regalo y al regalo vamos, al regalo como don sagrado. Es una economía de profecía y una economía regia cuyo reino, nunca concluido en este mundo, ha irrumpido ya y no se dará sin este mundo. Que la economía de comunión sea una economía del trabajar siempre para dar siempre y no solamente cuando se es joven puede parecerle heroico a quien se empeña en vivir según el «bien vivió el que bien se retiró».

4. Una economía donde hay deudas y crédito

No regalar es no asumir el deber (*debitum*) de actuar como persona, no asumir la deuda que contraigo con la entera humanidad, a cuya especie pertenezco. Soy responsable de todo y de todos en lo que tengo que ser responsable y deudor, nadie debe deber por mí: la verdadera deuda es antropológica. Cualquier carga o deuda económica derivará de ahí. Una economía de *creditum*

¿PARA QUÉ LA DEMOCRACIA?

(crédito como credibilidad) cree posible co-laborar con el otro, creencia que el otro procurará no defraudar. Una cultura del *nosotros* no se mide en la perspectiva «filantrópica» del dar unilateral, de arriba abajo. Ciertamente, también el filántropo cede gratuitamente, pero casi nunca genera «relacionalidad» en sentido estricto. La filantropía puede ser una virtud compatible con el individualismo, altruismo sin el otro: todo para el otro, pero sin el otro, despotismo ilustrado, altruismo sin el otro que crea dependencia en quien recibe y se presta al sarcasmo: «Vuestro vecino alaba vuestra ausencia de egoísmo porque saca ventaja de ello».

La economía de comunión no se mueve en perspectiva filantrópica, sino en la crediticia basada en el dar co/laborador, *confiada* en una participación donde todos dan y reciben, aunque no alcancen las mismas cotas de productividad, pues la dignidad no se mide por el rasero único de la eficacia. Con esto tampoco queremos exaltar la ineficacia protegiendo a los más vagos: no hacer cuanto se puede es no querer todo lo que se debe. Los peores enemigos de una economía donatológica son entonces los propios colaboradores; una práctica ética de la economía no alimenta vagos. Las relaciones adultas sólo pueden ser de igual a igual: si quieres ser mi amigo me lo tienes que demostrar con tu reciprocidad, con la conciencia de pertenecer a una *racionalidad-nosotros*. Lo gratuito no es lo superfluo; la gratuidad del otro me obliga a él más que ninguna ley o coacción externa. Conjugar confianza y rendimiento: el reto de la economía de gratuidad.

La economía centrada en la persona exige una pedagogía adecuada, en la que no sólo se aprende a vender, sino a no venderse, es decir, a apreciar que mis derechos lo son porque mis compañeros, al asumir sus deberes, sostienen alzados y tensos los vientos de la misma tienda de campaña que a todos nos alberga. Quien se limita a dormir bajo ese toldo sin aportar su deber cumplido debería dormir a la intemperie, no es digno de tener un buen sueño. En una economía de ideales resulta de todo punto intolerable que alguien no rinda porque no se le pague, y sí cuando se le paga; inconcebible alguien impuntual y por tanto obstaculizador de la marcha de la cadena porque no se le pague, pero puntual y solidario cuando se le paga.

5. Una economía que genera relaciones de pertenencia

Tres equipos de fútbol aspiran al campeonato. El primero es el último clasificado, porque la «racionalidad» de

cada jugador consiste en marcar cada cual el mayor número posible de goles: nadie pasa el balón. Los directivos del equipo priman en metálico y con promociones cada gol marcado. Los resultados son desastrosos, y el equipo ha perdido todos los partidos (la defensa y hasta la portería se quedaban solas, pues hasta los defensas trataban de marcar). Bajo ese paradigma camina la economía de hoy.

El segundo está en mitad de la tabla. Los jugadores han adoptado el altruismo como norma de conducta, y siempre pasan el balón a su compañero. Pero pierden partidos porque hasta los mismos delanteros, en lugar de disparar desde posiciones ventajosas, prefieren pasar el balón, y no siempre quien chuta es el más indicado. Además, tomar la iniciativa personalmente está «éticamente desaconsejado». Sería un franciscanismo mal entendido.

El tercero va en cabeza con su lema «todos para uno, uno para todos». Cada cual es importante porque el equipo es importante. Su individualidad cobra relevancia dentro del equipo, sus objetivos personales son los del equipo, pero no aparece aquí el valor de la individualidad de personas que, aun perteneciendo a un grupo, siguen siendo distintas. La racionalidad personal ha sido puesta instrumentalmente al servicio del todo. Por otra parte, el fuerte sentimiento de pertenencia a una comunidad-*we* (USA, por ejemplo) ¿es universalizable?

Así pues, ¿cómo pensar la relación de pertenencia? Como un plan que se cumplirá si cada cual cumple su parte. Para ello hacen falta comportamientos de confianza y reciprocidad, tiempo, paciencia y esperanza. No se trata de llenar esta economía de mediocres, ni de constituirlos en batallón de los torpes, de forma que el inútil para la economía convencional «se realice» aquí en su blanda mollicie. En las interacciones basadas en la confianza incondicional uno se siente impelido a *co-responder*. La confianza incondicional de los demás nos hace mejores personas; pero si fallamos sistemáticamente a esa incondicionalidad es que no estamos bien, o que no nos inter-esa la relación, y entonces vamos de conflicto en conflicto. Sustraerse a la lógica de la reciprocidad retira la confianza. El Grameen Bank ha podido conceder créditos a bajo interés a artesanos y campesinos pobres de Bangladesh manteniendo porcentajes bajísimos de no devolución, en un país en que la no devolución de préstamos constituye un enorme obstáculo a la actividad bancaria regular, en beneficio de los usureros. La clave de su éxito es un original mecanismo de préstamos de grupo que convierte a otros miembros de la comunidad del poblado en responsables de seleccionar, motivar su devolución y controlar a los candidatos a un préstamo. Este

¿PARA QUÉ LA DEMOCRACIA?

banco de desarrollo se ha basado en la existencia de tupidas redes de relaciones entre los habitantes de las zonas rurales. Nadie debería pensar en el bien común si no es capaz de articular un común relacional; el bien común ¿qué es sino esa red misma?

6. Una economía alegre y tres retos

Una economía de comunión vivida de forma triste sería una triste economía de comunión. La alegría concede crédito a la realidad. Es progresiva y, aunque se vea sometida a la ley del cansancio, no así a la del adocenamiento. Al dinamismo de la empresa corresponde no poder sobrevivir sin tender a un crecimiento cualitativo; sin él, sólo hay estancamiento y marcha atrás. Una combativa arrogancia respecto a las preguntas debe ir acompañada por una justa humildad en las respuestas trabajando más. La alegría se traduce aquí en mayor rendimiento, en fomento de la creatividad, en la asunción de las responsabilidades personales. ¿Qué es la alegría? Que allí donde estemos llevemos la empresa en nuestros glóbulos rojos. Que nuestro trabajo sea liturgia. Que si volvieras a nacer, volverías a trabajar en esta empresa. También aquí tenemos un triple reto:

Un reto financiero: buscar inversores. Con los más difíciles habrá que trabajar más. Accionistas con expectativas de remuneración no podemos buscarlos. Regla de oro: quien más pone (pudiendo) está más interesado.

Un reto cultural: como en las empresas familiares, los exponentes de la familia, por temor a perder el control total de la empresa, renuncian a objetivos nuevos y más grandes. Por temor a corregir, por sobreproteger, se fracasa.

Un reto estratégico: para seguir en el mercado, para influir, hay que crecer. Crecer cada año exige crecer cada día. Y ello, sin perder de vista la mística originaria: que sólo crece el grano que se autodona. La educación recibida, un encuentro, la pertenencia a una realidad huma-

na culturalmente significativa, un líder institucional o carismático dotado de sensibilidad y capaz de suscitar a su alrededor energías, son algunas de las fulguraciones que pueden ayudarnos a trabajar. Cuantas más relaciones de esta naturaleza seamos capaces de entablar, menos solos nos sentiremos. Quien tiene un producto en el que cree y no lo ofrece está fallando; gentes aisladas no «venden» nada de lo propio, y corren el riesgo de venderse al enemigo. Se trata de hacer una red, de hacerse uno mismo red y echar esa red en cada instante de la vida. Poco a poco se irá confeccionando una agenda de puntos de venta y se cumplirá fielmente. Esta economía (auto)exigente no pretende quebrar la caña débil: no despreciará, por tanto, a quien no sepa, pero tratará de ayudarlo a vencer estas dificultades:

- Me da vergüenza: prefiero regalar los productos antes que pedir a cambio un precio por ellos. Pero ¿sabrá dar quien no sepa pedir?
- En el fondo no estoy convencido de la bondad de nuestros productos, creo que los libros valen menos que los ejemplos... Pero ¿no te parece testimonio extender una cultura mejoradora?
- No conozco a nadie a quien interesar, no sé cómo hacerlo... Pero ¿intentas darte a conocer, buscas centros, focos de encuentro, sinergias, te mueves para ello?
- No sirvo para eso, prefiero hacer otras cosas para las que soy más capaz... Pero ¿no podrías reforzar lo que haces haciendo además lo que no haces?
- Los demás valen más para eso... Pero ¿qué tal si los demás hacen lo mismo?
- No tenemos solución, nadie mejora por la lectura... Pero ¿a ti no te ha servido de nada pensar, leer, compartir argumentos? ¿Crees que la ignorancia mejorará la situación?
- Somos un grupito de ilusos y nada podemos... Pero ¿no merece la pena intentarlo?