

POR UNA ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN

Stefano Zamagni

Por una economía del bien común



Ciudad Nueva

3ª impresión: diciembre 2014

Título original:

L'economia del bene comune

© 2008, Città Nuova Editrice
via Pieve Torina, 55 - 00156 Roma

Traducción:

Isaías Hernando

Maquetación y diseño gráfico:

Antonio Santos

© 2012, Editorial Ciudad Nueva

José Picón, 28 - 28028 Madrid

www.ciudadnueva.com

ISBN: 978-84-9715-248-8

Depósito Legal: M-15.016-2012

Impreso en España - Printed in Spain

Imprime: Afanias Industrias Gráficas - Alcorcón (Madrid)

Prólogo

La economía, esa «ciencia lúgubre» de la que hablaba Thomas Carlyle, quiso convertirse en algunas de sus corrientes en una ciencia imperialista que invade todos los ámbitos de la vida humana, y cabe preguntarse si en esa empresa ha tenido éxito o si no ha sido así. Pero de lo que no cabe duda es de que la actividad económica, como preocupación, ha colonizado el conjunto de la vida cotidiana. Los ciudadanos se despiertan con noticias sobre la prima de riesgo, el aumento del déficit, la enésima caída de las bolsas, la subida o bajada de los tipos de interés, el doloroso crecimiento del desempleo, la situación de las hipotecas y las pensiones. Los periódicos dedican a la economía y la empresa secciones diarias, pero también suplementos dominicales en los que colaboran firmas acreditadas en la materia; las tertulias de televisión o radio discuten acaloradamente sobre asuntos económicos, y los gobiernos no duermen pensando en la situación económica de sus respectivos países, hasta el punto de que están dispuestos casi a cualquier cosa con tal de conseguir estabilidad.

Ciertamente, si durante siglos la metafísica pretendía explicar la estructura más profunda del universo, parece que la economía la ha sustituido, al menos en lo que hace a las cosas humanas. Ser analfabeto en economía es hoy en día vivir fuera del mundo.

Por eso es muy de agradecer que especialistas en la materia de la talla del profesor Stefano Zamagni ofrezcan al público libros de economía como el presente, accesibles al común de las gentes por su claridad expositiva, muy bien documentados porque su autor es un profesional de prestigio en el ámbito económico del saber y el obrar, y además libros propositivos y esperanzadores: *algo se puede hacer para humanizar la economía* —es el mensaje—, y *no sólo se puede, sino que se debe hacer*, si es que las personas queremos conquistar esa *felicidad* a la que inevitablemente aspiramos.

Stefano Zamagni, profesor de Economía Política en la Universidad de Bolonia y en la John Hopkins University, es sin duda uno de los economistas europeos más reconocidos en el nivel internacional, bien apreciado por la propuesta que viene diseñando y ofreciendo desde hace años, una propuesta de la que es buena muestra el presente libro y que hunde sus raíces en la tradición del *humanismo cívico* tal como surgió en los siglos XIII y XIV en algunas de las ciudades italianas.

Lo que Zamagni denomina humanismo cívico se construye en la naciente economía de mercado que va perfilándose en esos siglos y conforma un arropamiento muy adecuado para que la economía sea una ciencia humana y humanizadora, una *economía civil*. *Civil* por ser civilizador del mercado, por ser propia de la ciudad en su conjunto y porque la sociedad civil es su clave última.

En efecto, a través de la economía civil se persigue el bien común, no sólo el privado, y es ésta una empresa imposible de llevar adelante si no es contando con gobernantes y ciudadanos que cultivan las virtudes cívicas. Podríamos decir con Philip Pettit que esas virtudes configuran la mano in-

tangible que, junto a la visible del Estado y la invisible del mercado, permiten una sociedad armoniosa.

En efecto, Zamagni se niega a admitir que no haya más propuestas económicas que las que tienen por santo y seña el principio del *individualismo axiológico*, que en el mercado se convierte en la *búsqueda del máximo beneficio privado*, o las que apuestan por ese *colectivismo* que acaba ahogando a la persona. Frente a uno y otro, la economía civil hace de la persona su centro, en la línea de Emmanuel Mounier y Jacques Maritain, y se propone buscar el bien de todas las personas sin exclusión. En eso justamente consiste el *bien común*.

Qué es la persona no es pregunta fácil de contestar, y de esa dificultad son buena prueba las discusiones en torno al misterio de la Trinidad, la célebre definición de Boecio, los textos de Kant o Max Scheler, la tradición «tú/yo» de Martin Buber, los trabajos de Emmanuel Mounier y Jacques Maritain, pero también reflexiones como las de Xavier Zubiri, Julián Marías o Pedro Laín Entralgo, por citar sólo algunos nombres. En la obra de Zamagni se destaca como irrenunciable una característica de la persona, una característica en la que estarían de acuerdo todos los autores mencionados y que, en consecuencia, la economía debería tener en cuenta: su *carácter relacional*. Si, como se ha dicho, la Modernidad es la «Era del Individuo» –y eso significa la primacía axiológica del individuo con sus derechos en el conjunto de la sociedad–, no es menos cierto que, como dijera Hegel, el individuo es una ficción. En la vida real no hay individuos, sino personas, siempre somos en *relación de reconocimiento recíproco*.

Con ello Hegel inaugura esa tradición del reconocimiento recíproco, en la que hoy se inscriben explícitamente filó-

sofos como Karl-Otto Apel, Jürgen Habermas, Paul Ricœur o Axel Honneth. En esa tradición se inserta nuestro Grupo de Valencia. Y es una alegría constatar que economistas de la talla de Stefano Zamagni consideran el reconocimiento como clave de la persona y tratan de encarnar este su carácter relacional también en la vida económica.

De esta afirmación se sigue que hay bienes relacionales que el individualismo ignora: aquellos de los que se goza conjuntamente, aquellos que se disfrutan en compañía. Por eso el *principio de reciprocidad* tendría que conjugarse en economía con el del intercambio de equivalentes.

Sin embargo –dirá Zamagni–, la economía de mercado en el mundo moderno ha asumido la forma de economía de mercado capitalista, en que el individuo busca su beneficio en competencia con otros individuos, obviando su dimensión relacional. Y por eso ha construido la economía sobre una ficción, porque el individuo no existe, existe la persona en relación, y ésta es una de las causas del fracaso de la economía: que ha olvidado la dimensión relacional de las personas, ha olvidado que las motivaciones de las personas son diversas y varían de un sujeto a otro, y también en un mismo sujeto en distintas ocasiones. Suponer que todos los agentes económicos actúan buscando maximizar su beneficio es construir una ficción, que anula los distintos motivos por los que las gentes actúan. Como bien dice Amartya Sen, las motivaciones de la racionalidad económica no son sólo el egoísmo, entendido como autocentramiento o como simpatía, sino también otros motivos, como el compromiso, sin los que no se entiende el obrar humano en general y el económico en particular.

Es preciso, pues, optar por un humanismo cívico, por una economía civil. Pero ahora no se trata ya de transitar del feu-

dalismo al mundo moderno, sino del tránsito de la sociedad industrial a ese mundo nuevo abierto por el proceso de globalización. En ese nuevo mundo los Estados deben cumplir su tarea, aunque en ocasiones su capacidad de acción se vea muy limitada. También el mecanismo del mercado ha de seguir funcionando, porque es el mejor mecanismo de asignación de recursos que conocemos. Pero debe hacerlo desde la base de una sociedad civil y de unas instituciones que adopten como principio el de reciprocidad, y no sólo el del intercambio de equivalentes. Ésta será la forma de que la economía tenga también en cuenta la dimensión expresiva de la persona, de modo que también la actividad económica sea fuente de felicidad.

¿Cómo conseguirlo con una mentalidad económica tan consolidada como la que se enseña en las facultades de Ciencias Económicas y Empresariales? ¿Cómo lograrlo cuando el individualismo axiológico impregna el conjunto de la cultura, más aún la cultura económica?

Llevar a cabo esta empresa no es sencillo. En primer lugar, porque el principio de la *Wertfreiheit* que Max Weber propuso para lograr objetividad en las ciencias sociales, el principio de la neutralidad axiológica de las ciencias sociales ha calado profundamente en ellas, y muy especialmente en la economía.

Convencer a los economistas de que los valores por los que se vive tienen efectos en la vida humana toda, incluido el funcionamiento del mercado, no es tarea fácil. Convencerlos de que los agentes de la vida económica no reproducen la imagen de ese *homo oeconomicus* al que sólo mueve el afán de lucro y por ello entra en el escenario del intercambio de equivalentes es empresa de titanes. Hacer que

acepten que el ser humano es más bien *homo reciprocans*, como avalan abundantes estudios evolutivos, incluidos los matemáticos, parece ya una utopía. Y sin embargo, es la verdad, como descubren las más relevantes propuestas filosóficas y científicas. Los seres humanos somos «reciprocadores», estamos hechos para trabajar cooperativamente: una auténtica economía debería tenerlo en cuenta. Ése es uno de los grandes retos económicos de nuestro tiempo.

Es, pues, una buena noticia que vean la luz textos como éste de Stefano Zamagni, que desde el análisis económico proponen una ciencia y una actividad económica hechas para la persona relacional que somos. Y no puedo dejar de decir antes de acabar que comparto totalmente su visión en este punto. Y que me alegro de que recoja aquella distinción que propuse en *Alianza y contrato*, en 2011, entre bienes de justicia y bienes de gratuidad. Los bienes de justicia pertenecen a esa historia de derechos y deberes que es la de la justicia exigente. Los bienes de gratuidad pertenecen a ese ámbito de la obligación que descubre quien reconoce la *ligatio*, el vínculo que lo une con la otra persona. Y como las personas que forman parte del universo económico no por eso dejan de ser personas, es la economía la que ha de adaptarse a este ser relacional del hombre, no el hombre el que ha de perder su ser más propio, su ser en relación, en una economía inhumana.

ADELA CORTINA
Catedrática de Ética y Filosofía de la Universidad
de Valencia
Directora de la Fundación ÉTNOR