



Liderazgo responsable Hacia una Economía Civil



Índice

2	Introducción
4	Prólogo
6	Prefacio
8	Acerca del autor
10	El reto de la responsabilidad civil en la empresa
26	El desarrollo humano integral según la perspectiva de la <i>economía civil</i>
42	La visión económica según el Papa Bergoglio
48	Agradecimientos

Introducción

Ing. José Lázaro Tamez Guerra
Presidente Nacional de USEM

Conocí al Dr. Stefano Zamagni, de manera más cercana, en el XVI Congreso Nacional USEM que organizamos con la USEM Valle de Toluca en noviembre del 2014, cuyo tema central fue *Capital Social y Empresa* en el marco de un “Cambio de Época”. Ya había escuchado al Dr. Zamagni, pues fue uno de los ponentes más destacados en el Congreso Mundial de UNIAPAC, que organizó Confederación USEM en el 2009, en la Cd. de México. Sus ideas, reflexiones e intuiciones en el ámbito de la economía me han parecido de gran valor, orientadoras y muy provocadoras para quienes, como empresarios, estamos inquietos por construir un modelo de desarrollo económico más acorde con la naturaleza de los seres humanos.

Con motivo del *XVI Congreso Nacional USEM*, invitamos al Dr. Zamagni como conferencista, y nos dejó tres textos de su autoría para que los difundiéramos, sobre todo, en el sector empresarial. La presente publicación reúne estos escritos y creo muy oportuno compartir el esfuerzo de publicación y difusión entre los organismos empresariales en México.

Ha sido muy importante la participación del Dr. Zamagni en nuestros congresos, ya que es uno de los intelectuales que ha profundizado seriamente en el sentido de la confianza como valor (y virtud) en la economía y la empresa, para la construcción de “capital social”.

Me parece que Zamagni, como persona dedicada a la reflexión de los grandes temas de la vida económico-social, está haciendo una verdadera aportación al debate público sobre la moderna cuestión social en el ámbito del desarrollo humano, la economía y la responsabilidad social empresarial.

Hoy, nos dice el Dr. Zamagni, hay un avance en la visión de la responsabilidad social empresarial que está permeando en diferentes niveles de la actividad empresarial, como lo es la cuestión de la “innovación responsable en la empresa”. De lo que se trata es de “conjeturar qué consecuencias podrán derivarse para la sociedad como resultado de las actividades de innovación”. Es decir, que en “el momento mismo de un proceso de innovación, (la empresa) se esfuerce por predecir el impacto potencial de la innovación en la comunidad a la que pertenece, y no sólo en su propio rendimiento empresarial”.

Por eso, para nuestro autor, ya no es posible, aunque es una fuerte tendencia, “concebir a la empresa exclusivamente como una mercancía”; esto significaría olvidar que las empresas, como organizaciones formales, tienen la tarea de transferir valores y generar expectativas de progreso, así como ser uno de los principales lugares para la formación del carácter humano. De aquí que su propuesta vaya en el sentido de pasar de la responsabilidad social a la “responsabilidad civil” de la empresa, cuyo centro de atención es la ética en el quehacer empresarial.

Como “filósofo del pensamiento económico” (como algunos lo han calificado), ha seguido un hilo conductor a lo largo de la historia en esta materia: la llamada “economía civil”. No es un concepto nuevo, pues como bien nos dice Zamagni, “es una tradición de pensamiento que se remonta al humanismo civil del siglo XV y prosiguió, con éxito desigual, hasta su periodo de oro, el de la ilustración italiana”. Y es esto en lo que nuestro amigo se ha concentrado a lo largo de su vida profesional. Se trata de una perspectiva humanista de la economía.

Creo que el lector encontrará en estos documentos, una visión novedosa que, estoy seguro, orientará de manera diferente la idea de responsabilidad social empresarial.

Por ello agradezco y aplaudo el esfuerzo de PwC México, el CCE y la COPARMEX, que conjuntamente con Confederación USEM hacemos para la difusión de estas ideas novedosas y estimulantes para la vida empresarial. De manera particular, agradezco al C.P. José Antonio Quesada, Socio de PwC México y Presidente de la Comisión de RSE de COPARMEX, quien al conocer el contenido de este material consideró también de suma importancia el darlo a conocer a más empresarios. El apoyo brindado tendrá su recompensa en una mayor conciencia del empresariado sobre la trascendencia de la responsabilidad social empresarial.

Prólogo

Carlos Méndez Rodríguez
Socio Director de PwC México

La globalización, la competencia, las crisis... el constante aprendizaje necesario para adoptar o adaptar las innovaciones tecnológicas que nos permitan competir en un mundo sin fronteras han hecho, en muchos casos, desviar la atención de un enfoque integral: individuos, compañías, organizaciones y sociedad, desde una perspectiva de igualdad y complementariedad con un alto nivel de responsabilidad que permee en cada uno de los que han sido llamados Stakeholders.

Pero en esta carrera que para algunos es un “darwinismo social” en el sentido de la supervivencia del más apto, hay personas y organizaciones que han hecho un alto en el camino para reflexionar acerca del momento que estamos viviendo, y las posibilidades que de este se desprenden con un enfoque evolutivo y de bienestar.

Este es el caso de la Confederación de las Uniones Sociales de Empresarios de México, A.C (USEM) la cual, a través del trabajo de Stefano Zamagni, presenta en esta páginas una visión que podría resumirse en esta idea de Zamagni: “ Lo que además se pide a una empresa que quiera llamarse responsable es que, en el momento mismo en que se pretende iniciar un proceso de innovación, se esfuerce por predecir el impacto potencial de la innovación en la comunidad a la que pertenece y no solo en su propio rendimiento empresarial”.

Esta cita es tomada del capítulo “El reto de la responsabilidad civil de la empresa”, en el que el autor escribe que son notables las iniciativas a nivel internacional para promover la cultura y las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y son varios los estándares de Responsabilidad Social Corporativa sugeridos hasta ahora, pero hay que dar un giro radical. El planteamiento consiste en “la transición de la responsabilidad social de la empresa a la responsabilidad civil de la empresa”.

El argumento es que ya “no es suficiente que las empresas se comprometan ante sus interesados –internos y externos– tratando de perfeccionar y de aplicar cada vez más ampliamente los estándares que han decidido adoptar, sino de hallar la forma de dialogar argumentativamente con los gobiernos y la sociedad civil organizada. Esto es posible porque las empresas son “una clase de interesado, además bastante potente”, dice el autor y agrega que esto equivale a decir que la empresa es, en esta época, uno de los principales lugares de formación del carácter humano y “no tener en cuenta esta verdad significa ignorar el enorme poder que tiene quien guía la empresa para forjar la calidad de vida de un número inmenso de personas y para determinar las condiciones de la felicidad pública”.

La nueva visión apunta a que la empresa, como jugador y miembro influyente del club del mercado, acepte contribuir a reescribir todas las reglas que se hubieran vuelto obsoletas o incapaces de asegurar la sostenibilidad del desarrollo humano integral.

De lo que se trata ahora, con una conciencia social, es de facilitar la inclusión en el proceso productivo de todos los recursos, especialmente la mano de obra, garantizando el respeto de los derechos humanos fundamentales y la reducción de las desigualdades sociales. El objetivo es “crear empresas civilmente responsables que provean de los instrumentos a su disposición para acelerar la transición de un marco institucional extractivo a otro de tipo inclusivo”. Esto implica, desde la perspectiva que estamos abordando, que la finalidad misma de la actividad económica cambie en el sentido de tender a la democratización del mercado.

¿Por qué se apunta hacia la democratización del mercado con un enfoque de Responsabilidad Civil de la Empresa (RCE)? La respuesta la estamos viviendo: la globalización y la revolución de las nuevas tecnologías tienden a generar crecientes asimetrías de poder que ponen en peligro la horizontalidad de las interrelaciones.

Ya se han dado los primeros pasos para mirar con una nueva óptica; debemos encaminarnos hacia la creación de empresas cuyo impacto social vaya más que a la generación de beneficios para sus miembros. La propuesta de este libro es caminar hacia la empresa civil, la cual es “amiga de la sociedad”, porque es capaz de reconocer que hay en ella pasiones, ideales, relaciones humanas, que no siendo mercancías, no pueden ser tratados de la misma forma que las mercancías.

“El objetivo de la empresa es poner los intereses privados al servicio del interés público; las empresas deben ser gobernadas de una manera participativa, porque la transparencia por sí sola ya no es suficiente; la empresa debe tener como objetivo fomentar, en positivo, el respeto de los derechos humanos fundamentales”, se cita en este libro en el cual encontraran los argumentos que sustentan un cambio basado en el bien común.

Prefacio

Juan Pablo Castañón Castañón
Presidente Nacional de Coparmex

En una de las páginas de este libro, el lector se encontrará con una frase fundamental: “economía y ética se reflejan mutuamente y se entienden una en el espejo de la otra”.

La comprensión profunda de esta frase requiere de un cambio de paradigma, un nuevo acercamiento a los conceptos de economía, de mercado y de empresa, y de éstos en su relación con la sociedad.

Lo que hay detrás es lo que compartimos en esta publicación: una nueva visión del enfoque económico con sustento teórico. Las empresas y los empresarios, cada vez son más conscientes de que el beneficio no puede ser el único objetivo de la empresa y, aún más, de que es posible alcanzar un equilibrio entre beneficio y compromiso social; entre beneficio y progreso cívico.

Los empresarios con visión humanista sabemos que la misma sustentabilidad de nuestras organizaciones se vuelve imposible si su único horizonte son el mercado y el lucro, si dejamos de ver a la sociedad integralmente, en todas sus partes, y a las personas como el principio y fin de toda acción económica.

El momento de transformaciones que estamos viviendo a nivel mundial ofrece una oportunidad única para colocar a las empresas como agentes de cambio positivo en sus comunidades. Hemos aprendido que el mejor campo para el desarrollo de las empresas son sociedades democráticas, justas, con mejores condiciones de vida para sus habitantes, donde las empresas puedan cumplir a cabalidad con sus funciones económica y social.

Desde nuestra visión, la empresa tiene la misión de coadyuvar al progreso y desarrollo social y económico, sirviendo a sus integrantes y a la sociedad al mismo tiempo. Como entidad social que es, la empresa tiene la responsabilidad y el derecho de propiciar y exigir condiciones sociales, jurídicas y económicas necesarias para que el hombre pueda alcanzar su desarrollo. La empresa es, en síntesis, una sociedad al servicio de la sociedad, y por ello tiene un compromiso indeclinable con la comunidad.

En esta obra leeremos que la economía civil no acepta la idea de que el mercado es algo radicalmente distinto de lo civil y que se rige por principios distintos: la economía es civil, el mercado es vida en común y comparten la misma ley fundamental: la asistencia mutua.

Hoy, la economía civil se coloca como alternativa; nos recuerda que una buena sociedad ciertamente es fruto del mercado y la libertad, pero hay exigencias atribuibles al principio de fraternidad, que no pueden eludirse ni posponerse exclusivamente al ámbito privado y en particular a la filantropía.

En este libro encontrará lo que propone la economía civil: un humanismo multidimensional, en el mercado se visualiza como un espacio cívico igual que los demás; como un momento del ámbito público que, si se concibe y vive como un lugar abierto también a los principios de reciprocidad y gratuidad, contribuye a la construcción de la civitas. La idea central es vivir la experiencia de la socialización humana, en el ámbito de una vida económica normal, integrándola a la actividad cotidiana de la empresa.

La idea central de que la economía civil es alcanzar un orden social en el que el intercambio de equivalentes, la redistribución de riqueza y la reciprocidad, como principios distintos y complementarios, puedan coexistir armónicamente; es decir, puedan encontrar espacios reales de actuación práctica y contagiarse mutuamente. Porque es un hecho: “Las mejores empresas crean valor para la sociedad, resuelven los problemas del mundo y también obtienen beneficios” (*Harvard Business Review*).

Estamos apuntando hacia el paradigma del valor compartido, un camino de desarrollo que las economías pueden recorrer armonizando el éxito de la empresa con el de la comunidad y, más aún, convirtiendo a la empresa en un agente de cambio y transformación en beneficio de todos los miembros de la sociedad.

Los resultados de las economías del mundo nos enseñan hoy que no podemos medir el progreso de las naciones y las regiones únicamente a través del crecimiento de su PIB promedio. Hoy sabemos que la economía, a través de la generación de valor de las empresas, debe contribuir al mejoramiento sistémico de la calidad de vida de los habitantes.

La disminución de las desigualdades sociales es urgente y es la labor empresarial -con un nuevo enfoque de responsabilidad social integral y profundo aunado a políticas públicas que la sociedad demanda- son claves fundamentales para el verdadero desarrollo. Porque no hay progreso que se sostenga sólo en la estadística: el progreso debe reflejarse en las personas, en los ciudadanos y sus familias.

El reto que se nos plantea es grande, pero también lo son las esperanzas de avanzar hacia sociedades más justas, prósperas y cohesionadas.

Acerca del autor



Stefano Zamagni

El Dr. Stefano Zamagni es profesor de Economía Política en la Universidad de Bolonia, Italia, y de Economía Política Internacional por la *John Hopkins University*. Para él “los problemas económicos del presente no se pueden resolver con el marco conceptual del pasado”, por ello se ha abocado a estudiar y transmitir su conocimiento sobre diversos tópicos que abordan a la economía, a la empresa actual y los individuos desde una perspectiva de reciprocidad, lo que le ha valido ser galardonado con diversos premios, entre ellos el *Premio Internazionale per il Dialogo Fra I Popoli e Le Loro Culture*, la Medalla de Oro al Mérito de la Cooperativa de Crédito (Roma) y la Ciudadanía Honoraria de Rosario y Mar del Plata, Argentina.

Es uno de los principales exponentes de la corriente de pensamiento “Economía Civil”. Actualmente es miembro del Comité Académico de Desarrollo Humano, Capacidad y Pobreza del Centro Internacional de Investigación, de la Universidad de Harvard. Ha sido asesor de los Papas Juan Pablo II, Benedicto XVI y actualmente del Papa Francisco en temas de Pensamiento Social Cristiano y Economía. Es consultor del Pontificio Consejo Iustitia et Pax, del Vaticano.

El reto de la responsabilidad civil en la empresa

1. Introducción y motivación

El tema de la innovación responsable es el último eslabón de la larga cadena en que se ha convertido el debate público sobre la responsabilidad social empresarial (RSE), una cadena iniciada en 1953, cuando, en el ensayo *Social Responsibility of Businessmen*, Howard B. Bowen escribió que “la responsabilidad social de los empresarios consiste en la obligación de perseguir aquellas políticas y de adoptar aquellas líneas de actuación deseables en relación con los objetivos y valores de nuestra sociedad” (p. 6). La novedad que los desarrollos más recientes de la RSE han producido consiste en reivindicar que la actividad innovadora de la empresa debe estar sujeta al juicio moral. La novedad no es baladí si consideramos que la evaluación de la innovación es prospectiva, es decir, es una iniciativa que trata de conjeturar qué consecuencias podrán derivarse para la sociedad de referencia como resultado de las actividades de innovación.

Como es fácil de comprender, se trata de un importante paso adelante en el camino hacia la responsabilidad de la empresa. De hecho, no se limita a pedir a la empresa que dé fielmente cuenta de lo que hace, además de tener en cuenta las aspiraciones legítimas de todos sus interesados (*stakeholders*).

(El término *stakeholder* aparece por primera vez en un informe de investigación del *Stanford Research Institute* de 1963 para describir todos “aquellos grupos de personas sin cuyo apoyo la organización dejaría de existir”, a saber: propietarios, empleados, clientes, proveedores, comunidad.) Lo que además se pide a una empresa que quiera llamarse responsable es que, en el momento mismo en que se pretende iniciar un proceso de innovación, se esfuerce por predecir el impacto potencial de la innovación en la comunidad a la que pertenece, y no solo en su propio rendimiento empresarial.

Es sabido que las innovaciones empresariales se dividen en tres grandes tipologías. Están las innovaciones de sustitución —a veces conocidas como innovaciones de producto— que sustituyen a un producto por otro mejor. (Se trata de innovaciones que no generan crecimiento.) Luego encontramos las innovaciones *cost-reducing*, que sustituyen el mismo producto por otro menos costoso. (Estas destruyen puestos de trabajo.) Por último tenemos las innovaciones de ruptura (*disruptive innovations*) [—como las ha llamado C. Christensen—] que transforman productos complejos y costosos en productos sencillos y económicamente accesibles para todos. (Estas son las innovaciones que crean puestos de trabajo y generan crecimiento.)

Ahora bien, es un hecho que la economía dominante (y la práctica de negocios en la cual se inspira) ha desarrollado una técnica para evaluar las inversiones que no favorece a las innovaciones de ruptura. La razón es simple: ante la perspectiva de hacer algo nuevo, la empresa compara el coste marginal con lo que gana con el producto “antiguo”. El resultado, normalmente, tiende a favorecer al producto existente, ya que es menos costoso. (Es célebre la historia de Blockbuster que, a finales de los años noventa del siglo pasado, perdió su apuesta con Netflix que había comenzado a distribuir vídeos por correo y luego por internet. La dirección de Blockbuster consideró, en cambio, que era menos costoso servirse de su propio patrimonio inmobiliario, porque ya estaba amortizado. En 2010 Blockbuster irá a la bancarrota.) Si generalizamos por un momento, debe saberse que indicadores tales como la “tasa de rendimiento de inversión” o como el “retorno sobre activos netos” llevan a la gente a buscar ganancias rápidas y a corto plazo. El resultado último es que la obsesión por la rentabilidad financiera (ROE) y, en general, la visión a corto plazo se produce a expensas del desarrollo.

Son notables las iniciativas a nivel internacional para promover la cultura y las prácticas de RSE. Y son varios los estándares de responsabilidad social corporativa sugeridos hasta ahora. Piénsese en los promovidos por la ISO (*International Organization for Standardization*) 26000 y los producidos en los últimos años en el contexto europeo: el proyecto “Res-Q” italiano, el “*Values Management System*” alemán, los proyectos SIGMA y AA1000 ingleses, y otros. Sin duda hay que reconocer todos estos esfuerzos, pero también hay que reconocer igualmente que el giro radical consiste en la transición de la responsabilidad social de la empresa a la responsabilidad civil de la empresa. De hecho, considero que ya no es suficiente que las empresas se comprometan ante sus interesados –internos y externos– tratando de perfeccionar y de aplicar cada vez más ampliamente los estándares que han decidido adoptar. De hecho, siendo ellas mismas una clase de interesado, además bastante potente, las empresas deben hallar la forma de dialogar argumentativamente con los gobiernos y la sociedad civil organizada según el canon de gobernanza conocido como subsidiariedad circular. La resolución aprobada el 22 de enero de 2014 por el Consejo de Europa sobre la “Responsabilidad Social Compartida” (*Shared Social Responsibility*) se mueve precisamente en esta dirección.

Generalizando por un instante es posible interpretar la tendencia sobre el valor compartido y la ciudadanía corporativa como una expresión particular, pero significativa, de las no pocas novedades que caracterizan a los estudios recientes sobre la organización y la gestión empresarial. Entre estas novedades, una que no puede no mencionarse es el desplazamiento de la atención de la organización como fenómeno circunscrito, analizado principalmente en términos de su dinámica interna, a las relaciones entre formas organizativas diversas (y, por tanto, diferentes modelos de gestión) y el contexto socio-institucional de referencia. El ambiente cultural, político y social en el que opera la empresa ya no son considerados por la ciencia contemporánea de la gestión empresarial como algo irrelevante o de importancia secundaria, si bien es cierto que todavía demasiado pocas de estas importantes novedades se han incorporado en la práctica de gestión. Una práctica todavía hoy dominada por las modas gerenciales –mantenidas en vida por el floreciente mercado de los servicios de consultoría de negocios– que son reflejo de un mundo que ya no existe: el mundo de la sociedad taylorista.

En este mundo la noción misma de responsabilidad social de la empresa carecía de sentido y la capacidad de gestión se reducía básicamente a la posesión de métodos e instrumentos para resolver racionalmente los problemas típicos de la gestión ordinaria de la empresa. La gobernabilidad de la empresa en sentido estricto era todo lo que se les pedía asegurar a sus gestores. Esta concepción, que separa –si se me permite, no que distingue– los hechos de los valores, la esfera de lo político de la esfera de lo económico, los intereses legítimos de los sentimientos morales de quienes trabajan en la empresa, las motivaciones extrínsecas de aquellas intrínsecas, acabó por convertirse en las últimas décadas en una especie de pensamiento único, se extendió por todas partes como una mancha de aceite, tanto en la academia como en los lugares de trabajo. Concebir la empresa exclusivamente como una mercancía (*the firm as a commodity*) que puede comprarse y venderse según la conveniencia del momento, y no como asociación (*the firm as association*) donde interactúan, a veces de manera contradictoria, diferentes clases de interesados, significa olvidar que las empresas en cuanto organizaciones formales, a las que la sociedad les asigna la tarea de transferir valores y generar expectativas de progreso, caracterizan cada vez más nuestro panorama social, sustituyendo obsoletas formas comunitarias de agregación.

Y también significa olvidar que alrededor de dos tercios del tiempo de vida de un adulto en edad laboral transcurre hoy frecuentemente en alguna de estas organizaciones. Lo que equivale a decir que la empresa es, en esta época, uno de los principales lugares de formación del carácter humano; esta es una idea que ya Alfred Marshall a finales del siglo XIX había elaborado de manera muy eficaz en sus clases de economía en Cambridge (Reino Unido). No tener en cuenta esta verdad significa ignorar el enorme poder que tiene quien guía la empresa para forjar la calidad de vida de un número inmenso de personas y para determinar las condiciones de la felicidad pública.

2. De la responsabilidad social a la responsabilidad civil de la empresa

La empresa socialmente responsable ha alcanzado sin duda hitos importantes a la vanguardia de la civilización del mercado. Pero estos no bastan. Como he indicado en Zamagni (2013), a día de hoy, y cada vez más en el futuro próximo, a la empresa se le pedirá no solo producir riqueza de una manera socialmente aceptable, sino también concurrir, junto con el Estado y la sociedad civil organizada, para rediseñar el marco económico e institucional heredado del pasado reciente. Ya no se trata, de hecho, de conformarse con que la empresa cumpla con las reglas de juego “dadas” por otros – las instituciones económicas no son, en esencia, otra cosa más que las reglas del juego económico–. Piénsese en las reglas del mercado de trabajo, del sistema bancario, en la estructura del sistema fiscal, en las características del modelo de bienestar, y demás. Lo que también se requiere es que la empresa, como jugador y miembro influyente del club del mercado, acepte contribuir a reescribir todas las reglas que se hubieran vuelto obsoletas o incapaces de asegurar la sostenibilidad del desarrollo humano integral.

En un trabajo reciente, Acemoglu y Robinson (2012) distinguen oportunamente entre las instituciones económicas extractivas e inclusivas. Las primeras son las reglas del juego que favorecen la transformación del valor añadido creado por la actividad productiva en renta parasitaria o que empujan a la asignación de los recursos a las distintas formas de la especulación financiera. Las segundas, por el contrario, son aquellas instituciones que tienden a facilitar la inclusión en el proceso productivo de todos los recursos, especialmente la mano de obra, garantizando el respeto de los derechos humanos fundamentales y la reducción de las desigualdades sociales. A partir de un sólido aparato teórico y empírico-histórico, los autores muestran cómo el declive –hasta el colapso– de una noción comienza cuando las instituciones extractivas prevalecen, hasta ahogarlas, sobre las instituciones inclusivas.

Así, la empresa civilmente responsable es la que se provee de los instrumentos a su disposición para acelerar la transición de un marco institucional extractivo a otro de tipo inclusivo. Esto significa que ya no es suficiente, como es el caso de la noción de responsabilidad social, que la empresa esté dispuesta a vincular la consecución de su objetivo a la satisfacción de ciertas condiciones –en primer lugar la condición que impone tener en cuenta las exigencias y la identidad de todas las clases de interesados.

Lo que además requiere la noción de la responsabilidad civil es que la finalidad misma de la actividad económica cambie en el sentido de tender a la democratización del mercado. Si la empresa socialmente responsable es aquella que tiene como objetivo poner en práctica la democratización de su propia gobernanza –es decir, poner en práctica el así llamado *democratic stakeholding*–, la empresa civilmente responsable asume además el objetivo de contribuir a democratizar el orden del mercado. Trataré de aclarar el punto, porque es de cierta importancia.

El edificio teórico de la RSE utiliza el contrato como su instrumento principal, tanto a nivel lógico como operativo. Pero el contrato, en la medida en que postula la horizontalidad de las relaciones intersubjetivas y la simetría entre las partes contrayentes, es el instrumento típico con el que funciona el mercado, pero no la compañía, que se basa más bien en el principio de jerarquía y, por lo tanto, en la verticalidad y asimetría de las relaciones entre las partes. El mérito notable del movimiento de ideas de la RSE ha sido (y es) aplicar dentro de la empresa la lógica del contrato, evidentemente en la versión del contrato social. Como bien ha señalado Lorenzo Sacconi (2013), conceptualmente la empresa se piensa como una micro sociedad liberal multistakeholder fundada en un contrato social de tipo rawlsiano. El contrato –escribe L. Brown (2009)– entra en la empresa desplazando la centralidad de la jerarquía.

Es por eso que el camino inicial de la RSE ha estado lleno de obstáculos. Pensar en la democratización de la empresa, alterando el principio jerárquico, solo podía ser visto con recelo por quienes se quedaron –y, en parte, aunque sea un número menor, todavía hoy permanecen– ligados al dualismo empresa-mercado considerado como una garantía de preservación del orden capitalista. Hay que ser liberal en el ámbito del mercado –enseñaba Milton Friedman– pero no dentro de la empresa.

El reto que el enfoque de la responsabilidad civil de la empresa (RCE) trata hoy de recoger apunta a la democratización del mercado. Fenómenos trascendentales como la globalización y la revolución de las nuevas tecnologías tienden a generar crecientes asimetrías de poder, poniendo así en peligro la horizontalidad de las interrelaciones. Ahora, en una época como la actual, en que el contrato se ha convertido en el principal instrumento de innovación jurídica, una nueva fuente de derecho y no una mera aplicación de la ley, la empresa civilmente responsable es aquella que comprende que el solo cumplimiento de normas contractuales que no se derivan de una auténtica poliarquía, es decir, que no son el resultado de un proceso de negociación entre los diferentes tipos de empresa, no es suficiente para garantizar la sostenibilidad social y ética del sistema de mercado.

Es fácil darse cuenta de esto si se piensa que durante más de un cuarto de siglo el lugar principal del poder está en el mercado y, por lo tanto, muy difícilmente la política, por sí sola, puede hoy en día ser capaz de controlar y orientar el proceso económico. Los acontecimientos que llevaron a la crisis económica y financiera de 2007-08 son la confirmación más elocuente de esta auténtica novedad. Consideremos, por poner solo un ejemplo, el fenómeno del “*too big to fail*”: hay bancos y empresas tan grandes que no pueden quebrar. Como si se dijera que actualmente hay actores económicos suficientemente grandes y poderosos capaces de ejercer un chantaje real a los gobiernos nacionales ateniéndose al riesgo moral (*moral hazard*). Es por eso que no es prudente, ni inteligente, seguir creyendo en la “vieja” idea de un mercado como espacio de amoralidad y de una política democrática como una fuerza capaz de mantenerlo bajo control y de dotarlo de orientación. Si no es el mercado mismo el que se democratiza, será difícil garantizar en el futuro un orden social donde la libertad no es solo libertad de elección, sino sobre todo libertad para elegir (es decir, capacidad de elección).

3. Pluralidad de las formas de empresa y democratización del mercado

Un reconocimiento original y, en algunos aspectos, inesperado del argumento antes desarrollado es el que procede del libro editado por M. Kinsley (2009) con el título evocador: *Creative capitalism: a conversation with Bill Gates, Warren Buffett and other economic leaders* (New York, Simon y Schuster). La novedad que se percibe es que ya no es extraño, en Norteamérica, encontrar las empresas capitalistas que, en vez de dedicarse a fortalecer fundaciones empresariales a las que confiar tareas tradicionales de naturaleza filantrópica, han comenzado a crear empresas sin fines de lucro que, con una lógica emprendedora, se ocupan de producir y gestionar bienes y servicios en áreas tales como el bienestar, los bienes comunes (*commons*), el patrimonio cultural, e incluso otras. Piénsese –por citar solo algunos ejemplos– en el caso de la *Pacific Community Ventures*, en la *Emancipation Network*, en las *B-Corporations* (*Beneficial Corporations*), en las *Low-profit Limited Liability Companies*, nacidas en 2008 y ahora en rápida expansión.

Las empresas benéficas no operan para maximizar la rentabilidad para los accionistas, sino para alcanzar fines específicos de interés público (actividades con cero impacto socio-ambiental, viviendas populares, educación, inserción laboral de las personas desfavorecidas, etc.). Desde 2010 y hasta la fecha, siete estados de los EEUU ya han aprobado una ley que prevé, y por tanto legaliza, este tipo de empresas.

Robert Shiller (2012) anticipa incluso otro tipo de empresa, especialmente eficaz en el caso de que se quisieran realizar obras de interés colectivo para las que se requieren ingentes recursos financieros. Se trata de las *Participation non profit enterprises* (empresas con participación sin fines de lucro), autorizadas a emitir acciones (además de bonos) que proporcionan grandes beneficios fiscales al suscriptor con la única condición de que, en caso de venta de acciones, los beneficios se inviertan en otras empresas del mismo tipo. De lo contrario, el inversor, si quisiese conservar para sí las ganancias, deberá devolver los beneficios fiscales que recibió. Una tendencia análoga se está consolidando en Europa desde que en 2005 nacieron en Gran Bretaña las *Community Interest Companies* y después de que la Comisión de la Unión Europea, en su

Resolución de noviembre de 2011, ha alentado explícitamente a los 27 países de la UE a tomar el rumbo de la “empresa social” definida como: “aquella actividad empresarial cuyo objetivo principal es el impacto social más que la generación de beneficios para sus miembros”. El objetivo declarado es promover el surgimiento de mercados de capitales responsables, es decir, anti-especulativos. (<http://ec.europa.eu/internal-market/social-business/index-en.htm>). Es en este contexto en el que se explica la rápida difusión incluso en Italia de fenómenos web, como el *social lending* (préstamo hecho a través de plataformas de pares que facilitan el cruce entre la oferta y la demanda) y el *crowdfunding* (el donante potencial va en busca de proyectos que considera dignos de recibir sus fondos). El punto que merece atención es que el *crowdfunding* es un ejemplo, por ahora limitado, pero con un alto potencial de desarrollo, de un proceso de tipo cooperativo entre personas que deseen poner a disposición de otras sus propios recursos (monetarios o no) con el fin de fundar nuevas empresas o incluso crear nuevos mercados para los bienes y servicios. Con el *crowdfunding* y el *social lending* se persigue el objetivo, en última instancia, de crear un auténtico accionariado popular, promovido a través de la web, capaz de ofrecer servicios de *business coaching*, y así se busca dar pie al surgimiento de nuevos tipos de empresa, diferentes de la capitalista tradicional.

Como documenta C. R.

Taylor (2009), más allá de las peculiaridades que distinguen un caso del otro, el mismo objetivo subyacente es compartido por estas diferentes formas de organización: producir una auténtica democratización del mercado, mediante la pluralización de los tipos de empresas que pueden operar en él. Como en el terreno político, donde se requiere el pluralismo de partidos para que podamos hablar de democracia política, así también en el ámbito económico deben ser capaces de trabajar, codo con codo, diferentes tipos de empresas, si se quiere democratizar el mercado. La competencia en el mercado es cierta no tanto cuando los agentes económicos pueden elegir entre una serie de empresas, aunque sean todas del mismo tipo, sino más bien cuando la elección se extiende a diferentes tipos. Luigino Bruni (2009) caracteriza como civil a aquella empresa que es capaz de convertirse en intérprete y protagonista de una sociedad que está cambiando profundamente. La empresa civil es “amiga de la sociedad”, porque es capaz de reconocer que hay en ella pasiones, ideales, relaciones humanas, que no siendo mercancías, no pueden ser tratados de la misma forma que las mercancías. Cuando esto sucede –y sucede a menudo– es el mismo bien de la empresa el que se ve perjudicado y no solo el bien común de la civitas.

No es difícil darse cuenta de esto. Si la empresa es solo un negocio –de acuerdo con el aforismo de que “*business is business*”–, es evidente que será capaz de atraer a personas de baja calidad relacional, es decir, a los gerentes y a los trabajadores que actúan solo por motivaciones extrínsecas. Si la seña cultural que la empresa da se basa exclusivamente en el beneficio, es evidente que dicha seña será captada principalmente por personas de un tipo determinado. Pero –precisa Bruni– el beneficio o el dinero es un incentivo muy débil para mover las energías más elevadas y potentes y de las personas –cuya seña más relevante es la libertad, que no puede producirse ni comprarse. Y donde no hay libertad, no puede existir creatividad, y mucho menos capacidad de innovación.

4. La ciudadanía global de la empresa como expresión de responsabilidad civil

Un área importante de aplicación de la RCE es la que se refiere a la “ciudadanía corporativa global” (*corporate global citizenship*). Este término fue introducido por primera vez, de forma explícita, por Klaus Schwab, presidente del Foro Económico Mundial, en un ensayo publicado en *Foreign Affairs* (febrero de 2008), que habla de un “nuevo imperativo” para las empresas que operan a escala global. “Este [el imperativo] expresa la creencia de que las empresas no solo deben relacionarse con sus interesados, ya que ellas mismas están involucradas junto a los gobiernos y la sociedad civil. Los líderes de las empresas deben comprometerse con el desarrollo sostenible y hacer frente a retos globales como el cambio climático, la prestación de atención sanitaria pública, la gestión de los recursos, especialmente el agua. Dado que estos problemas globales tendrán un impacto cada vez mayor en las empresas, no comprometerse con ellos causará serios daños al mismo resultado final. Y dado que la ciudadanía global está en el interés –iluminado, no miope– de la empresa, esta es ciertamente sostenible” (p. 2, citado en Waddock, 2009). Como se deduce de este pasaje, es clara la invitación a la empresa para superar la perspectiva de la mera responsabilidad social, que sin embargo sigue siendo necesaria.

En la misma línea se muestran los resultados del proyecto de investigación “*Response*”, editado por la Comisión Europea y EABIS y publicado en 2008. El mensaje central que aparece es que ya no es suficiente, para abordar con seriedad los grandes temas del actual cambio de época, el compromiso activo de los interesados en la primera línea de las demandas y de la participación en la vida de la empresa. Lo que se necesita además es un “reparto real de poder” entre organizaciones empresariales, gubernamentales y sociedad civil organizada. En otras palabras, ya no basta con declinar la responsabilidad de la empresa con los términos de un modelo de gobernanza y gestión estratégica orientado a crear valor para todos los interesados y distribuirlo en partes iguales entre quienes ayudaron a crearlo. Y esta es también la posición de Allen White y Marjorie Kelley, fundadores de *Corporation 2020*, un think tank estadounidense influyente en temas de responsabilidad de la empresa. De los seis principios que *Corporation 2020* señala como particularmente urgentes para lograr una reescritura de las reglas del juego económico, merecen un énfasis especial los tres siguientes: el objetivo de la empresa es poner los intereses privados al servicio del interés público; las empresas deben ser gobernadas de una manera participativa, porque la transparencia por sí sola ya no es suficiente;

la empresa debe tener como objetivo fomentar, en positivo, el respeto de los derechos humanos fundamentales. (www.corporation2020.org.)

Huelga observar que, prescindiendo de los comportamientos reales, cuando se habla de ciudadanía corporativa afirmamos –como sugiere Henriques (2009)– tanto que las empresas son personas (obviamente jurídicas) como que, precisamente porque son tales, pueden ser consideradas como ciudadanos. Si las empresas son personas, entonces son sujetos en sí mismos moralmente responsables –y no solo son responsables quienes trabajan en ellas–. Por otro lado, si las empresas tienen la condición de ciudadanos, les corresponden, además de los derechos, los deberes propios de la ciudadanía, en primer lugar el deber de contribuir al bien común. Resulta aquí oportuna una nota aclaratoria sobre la noción de bien común. La categoría del bien común debe distinguirse tanto de la de bien total –de ascendencia utilitarista– como de aquella de bien público, de derivación estructural-organicista. El bien total es la suma de los bienes individuales, mientras que es público aquel bien cuyo acceso se asegura a todos, pero cuyo disfrute por parte del individuo es independiente del de los demás. En el caso del bien común, en cambio, la ventaja que cada uno obtiene de su uso no puede separarse de la que los demás logran de él.

Por lo tanto, el beneficio que un individuo logra del bien común se consigue junto al de los demás, ni en contra ni independientemente (Zamagni, 2010).

Un ámbito donde la noción de ciudadanía corporativa tiene un campo ejemplar de aplicación es el que se refiere al compromiso de la empresa con el desarrollo del territorio donde opera. Hoy sabemos que el éxito de la empresa va de la mano del territorio del que forma parte. Si este último no es capaz de proporcionar, por ejemplo, niveles adecuados de educación, servicios sanitarios que incidan en el nivel medio de la salud, una organización del trabajo capaz de conciliar, de una manera decente, los tiempos de la vida familiar y los tiempos de trabajo, y así sucesivamente, la empresa nunca logrará éxitos duraderos, sean cuales sean las habilidades de su dirección. De hecho, es bien conocido que el aumento en el promedio del estado de salud de la población crece más que proporcionalmente con el nivel de la productividad del trabajo. Lo mismo ocurre con el nivel de capital humano y para un sistema de bienestar que facilite la tasa de participación femenina en el mercado laboral. Es por eso que la empresa civilmente responsable no se desentiende de este tipo de problemas, considerando que la única solución para ellos deba proporcionarla el organismo público, al cual correspondería la titularidad de las intervenciones.

El concepto de responsabilidad social compartida, que en los últimos tiempos han hecho suyo las instituciones europeas, recoge precisamente el objetivo –que la Comisión Europea ha comenzado a traducir en diversas direcciones específicas– de que entre las empresas, las autoridades públicas y las organizaciones de la sociedad civil se den nuevas formas de cooperación. De hecho, la creciente demanda de responsabilidad social compartida –una demanda que postula, como especificación importante, la noción de ciudadanía corporativa– está estrechamente ligada a la evolución reciente del estado de bienestar, a la desregulación de los mercados, a la deslegitimación de la intervención estatal en la economía en clave meramente asistencialista.

No es difícil darse cuenta de esto. Ahora mismo ya se da por sentado, especialmente en el plano cultural, que el relanzamiento del proceso de desarrollo sostenible es posible solo sobre la base del paradigma del valor compartido. Es este un paradigma que va más allá tanto de la lógica de la explotación de los recursos naturales y humanos (lógica que ha caracterizado la larga fase de la sociedad industrial) como de la centralidad del así llamado consumismo a débito. El nuevo camino de desarrollo que las economías avanzadas pueden recorrer es aquel que reúne economía y sociedad, armonizando el éxito de la empresa con el de la comunidad.

Esto significa que para crear valor se debe avanzar hacia una alianza entre Estado, mercado y sociedad civil desde la perspectiva del valor compartido: solo así lograrán activar las mejores energías presentes en la sociedad. Resulta de especial interés, no tanto por la idea en sí, sino por la fuente de la que procede –la de los principales exponentes de la moderna ciencia de la administración– recordar el siguiente pensamiento de Michael Porter y Kramer Marcus (2011): “El concepto de valor compartido reconoce que son las necesidades de la sociedad, y no solo las necesidades económicas convencionales, las que definen los mercados. Reconocer que los desastres sociales y los problemas sociales producen con frecuencia costes internos a las empresas... El valor compartido consiste en ampliar la dotación total de valor económico y social... Ha llegado el tiempo de tener una visión más amplia de la creación de valor... Necesitamos una forma más sofisticada de capitalismo, impregnada de finalidades más sociales” (p. 85).

Una vez más, la matriz filosófica del pragmatismo, típica de la cultura norteamericana, termina ejerciendo su hegemonía en prejuicios ideológicos que todavía dominan no pocos ambientes académicos y políticos europeos, prejuicios en virtud de los cuales seguimos creyendo que la empresa no puede tener otro canon de referencia que el taylorista –que también se ha aplicado por primera vez precisamente en los EE UU.

En el último decenio una parte no despreciable –aunque todavía minoritaria– del mundo de los negocios, también italiano, va comprendiendo la necesidad de una reorientación hacia un modelo de empresa no solo más atento a las dimensiones sociales y ambientales, sino sobre todo preparado para incluir en la función objetivo de la empresa, es decir, en el core business, el principio de valor compartido. Como se comprende, esto marca la superación de la noción tradicional de responsabilidad social de la empresa, un concepto que mantiene una doble escisión, la que existe entre el momento de la producción y el momento de la distribución de valor y aquella entre competencia posicional y competencia cooperativa. Hoy hemos llegado al punto de que la portada de la “*Harvard Business Review*” puede escribir: “Las mejores empresas crean valor para la sociedad, resuelven los problemas del mundo y también obtienen beneficios” (sic).

5. Las cualidades típicas del emprendedor civil

Se ha dicho que la creación de valor en nuestros días cuestiona a toda la sociedad y no solo a una parte de ella, al sistema económico. La generación de valor ha vuelto hoy –como ya había sucedido en la época del humanismo civil en el siglo XV– a tener necesidad de personas y no solo de simples individuos y, por tanto, de relaciones. En esto radica el sentido más profundo que está en la base de aquel nuevo modelo de economía de mercado, del cual se está hablando desde hace algún tiempo, que es el capitalismo compartido (Kruse et al., 2012). El *shared capitalism* es un marco organizacional diseñado para alinear las aspiraciones de los interesados (*stakeholders*) con los de los accionistas (*shareholders*) y poner a la empresa en diálogo con todas las esferas en que se articula la sociedad. La evidencia empírica muestra que, incluso si se aplica de manera parcial, este modo de producción aumenta de manera significativa el nivel de los diversos indicadores de desempeño corporativo.

Valor y riqueza pueden aumentar, de hecho, solo mediante una cooperación leal entre empresas, instituciones públicas, sociedad civil organizada, ya que –como señala Magatti (2012)– lo que la economía hace coincide y coincidirá cada vez más con aquello que la enraíza en su contexto social.

Estamos en vísperas de una nueva etapa empresarial que se caracteriza tanto por el rechazo de un modelo basado en la explotación a favor de un modelo centrado en el principio de reciprocidad, como por el esfuerzo de dar un sentido, es decir, una dirección, a la actividad de la empresa, que no puede reducirse a pensarse como mera “máquina de hacer dinero”. De hecho, cada vez es más popular entre los mismos empresarios la creencia de que el beneficio no puede ser el único objetivo de la empresa y sobre todo que no puede haber equilibrio entre beneficio y compromiso social, entre beneficio y progreso cívico. Porque el “cómo” se genera beneficio es tan importante como el “cuánto” se produce. Por decirlo con una ocurrencia, el cambio al que estamos asistiendo es de la concepción de que “lo que es bueno para la empresa es bueno para la sociedad” a la concepción opuesta según la cual “lo que es bueno para la sociedad es bueno para la empresa”.

No hay quien no vea cómo el valor compartido reclame necesariamente una empresa civilmente responsable en el sentido indicado en las páginas precedentes¹.

Los términos empresa y empresario fueron acuñados, por vez primera, por el economista irlandés Richard Cantillon en 1730 –antes de aquel momento se utilizaban otras expresiones para referirse a quienes se dedicaban a la actividad productiva. Tres son las características fundamentales que distinguen a esta figura. La primera es la propensión al riesgo. El empresario es una persona que ama el riesgo, obviamente calculado. Esto significa que el empresario actúa incluso antes de saber cuál será el resultado de su actividad. Es un poco como el explorador que avanza en el territorio a pesar de no disponer del mapa. La segunda característica es la capacidad de innovar. El empresario no es tal si se limita a replicar lo realizado por otros. Por lo tanto, es un sujeto que ayuda a ampliar la frontera de las posibilidades productivas. En este sentido, el empresario es un agente de cambio. Y esto puede relacionarse con el producto (innovación de producto), con el proceso productivo (innovación de proceso), con la organización interna (innovación organizativa).

¹ En un ensayo de 2001, precursor de los acontecimientos posteriores, Simon Zadek, de la London School of Economics, dice: “El papel de las empresas en la sociedad [no solo, por lo tanto, en el mercado] es la cuestión más importante de política pública del siglo XXI. La empresa va forjando cada vez más los valores y las normas sociales y contribuye cada vez más a la definición de las prácticas públicas, además de ser el principal vehículo para la creación de riqueza económica y financiera... La empresa tratará entonces de cumplir su papel mediante la creación de nuevos modelos civiles de gobernanza que promuevan nuevas formas de asociación entre el sector empresarial, el gobierno y las organizaciones sin fines de lucro” (2001, pp.1-2)

En esencia, el empresario es el sujeto capaz de tender un puente entre los lugares de producción del conocimiento y los lugares en los que se aplica. Por último, el ars combinatoria (el arte de la combinación). Al igual que el director de orquesta, el empresario debe conocer no solo las capacidades de sus colaboradores, sino también las características del *genius loci*, y esto con el fin de organizar el proceso productivo de manera que se favorezca la armonía de todos los componentes. Si el empresario carece de este arte, la empresa se convierte en un lugar de conflicto, lo que lleva a la suboptimidad de los resultados y a veces a su ruina. Téngase en cuenta que la capacidad de combinación es un arte y no una técnica que se puede aprender en un manual de instrucciones. (Recuérdese que la raíz de arte se refiere al término *areté*, que en griego significa virtud. Por lo tanto, el empresario auténtico es virtuoso).

Claramente estos tres atributos están presentes, en diversas formas y en diversos grados, en los empresarios del mundo real. Y de hecho hay quienes tienen éxito y quienes no. Esto depende de una serie de factores, tanto subjetivos como objetivos. Por ejemplo, hay culturas que fomentan más que otras el ingenio y la actitud hacia el riesgo. Estas culturas se basan en la idea de desarrollo y progreso humano integral.

Del mismo modo, hay sistemas sociales que favorecen más que otros la práctica del ars combinatoria: es prácticamente imposible lograr la armonía dentro de la empresa si en la economía persisten grandes desigualdades en la distribución del ingreso y de la riqueza. Lo importante a tener en cuenta es que estos tres elementos deben estar presentes de alguna manera y en cierta medida en el espíritu empresarial.

¿Por qué, sobre todo en estos tiempos, es tan importante insistir en el ars combinatoria? La respuesta se dará en breve. Siempre que diferentes personas realizan tareas que son interdependientes, se plantea un problema de coordinación como consecuencia de la división del trabajo. La interdependencia puede tener una doble naturaleza: tecnológica o estratégica. En el primer caso, son las características mismas del proceso productivo las que establecen las reglas de coordinación. El ejemplo típico es la cadena de montaje y, en general, el sistema taylorista. En la fábrica o en la oficina fordista la coordinación se consigue inmediatamente: es suficiente la jerarquía y un sistema de incentivos/castigos. Sin embargo, la realidad surgida tras la revolución de las nuevas tecnologías está dominado otro tipo de interdependencia. Estratégica significa que el comportamiento de cada componente de la organización depende, en buena medida, de sus expectativas sobre las intenciones y motivaciones de las personas que trabajan dentro y fuera de la empresa.

En tales casos la coordinación es un *meeting of mind* (un encuentro de voluntades) por citar al economista estadounidense, premio Nobel, Thomas Schelling (1960) y esto significa que, si se desconocen las motivaciones que impulsan a la gente a actuar, difícilmente la empresa tendrá éxito. Esa es la razón por la que hoy se está hablando de *humanistic management* y se está repensando el modelo del “taller de Leonardo”.

¿Qué decir del fin en vista del cual el empresario hace lo que hace? Conocemos la respuesta de la corriente económica dominante: el fin de la empresa es la maximización del beneficio (a corto o largo plazo, según las versiones). Pero esto no es acertado, ya que, como la realidad nos muestra, los fines pueden ser diversos. El punto que debe subrayarse es que no es el fin perseguido lo que define la naturaleza de la empresa, sino los tres atributos que se han mencionado anteriormente. La elección del fin debe dejarse a la libre elección de los agentes, la cual a su vez depende del sistema motivacional de estos. En esencia, la empresa es el *genus* que contiene en su interior varias especies según el objetivo deseado: capitalista, social, civil, cooperativa, pública. Un sistema económico verdaderamente liberal, respetuoso de la causa de la libertad, no puede pues favorecer o desalentar, a nivel fiscal o normativo, uno u otro tipo de empresa.

La reciente ola de interés por los temas y las prácticas de la responsabilidad civil de la empresa puede verse como el reconocimiento por parte del mundo empresarial de que ahora es el momento de proceder con decisión a la civilización del mercado, pese al colapso de todo el sistema. De hecho, si la RCI se ve como un mero instrumento u ocasión para aumentar las cuotas de mercado de las empresas, entonces tienen razón sus detractores, porque si el fin último que la empresa persigue es la eficiencia económica, la ley y un minucioso sistema de controles es todo lo que se necesita para esta tarea. Pero si el fin es más bien contribuir a hacer más civiles nuestras economías de mercado, entonces las críticas a la RCI son infundadas, ya que esta tiene un valor no solo instrumental, sino también expresivo. Mientras que al gerente de la empresa “*a la Friedman*” nadie le pedirá cuentas del valor expresivo generado por ella, no ocurre lo mismo con el gerente de la empresa civilmente responsable (Guiso, Sapienza, Zingales, 2010).

Surge espontáneamente la pregunta: ¿en el contexto de economías de mercado, tales como las que ahora conocemos, es posible que empresas, cuyo *modus operandi* se basa en los principios de la RCI, lleguen a permanecer en el mercado y, posiblemente, a expandirse?

Es decir, ¿qué espacio pueden conquistar empresas que se toman en serio la RCI en un ámbito como el económico, donde la orientación hacia la impersonalidad de las relaciones y al individualismo egoísta no solo es fuerte, sino que también se considera un requisito indispensable para la buena gestión de la empresa? Sabemos la respuesta de quienes se identifican con la línea de pensamiento de Polanyi-Hirsch-Hollis, por mencionar solo a los autores más representativos. La idea central de estos es que los agentes económicos, interviniendo en el mercado regulado solo por el principio del intercambio de equivalentes, son inducidos a comportarse exclusivamente según su propio interés. Con el paso del tiempo, tienden a transferir este comportamiento a otros ámbitos sociales, incluso a aquellos donde el logro del bien común requeriría la adopción de actos virtuosos. (Virtuoso es el acto que simplemente no está en el interés común, sino que se hace porque está en el interés común.) Esta es la tesis del contagio tan cara a Karl Polanyi: “El mercado avanza sobre la desertificación de la sociedad”.

Distinta en sus argumentos, pero convergente en la conclusión, la posición de autores como Brennan y Hamlin (1995), para quienes la virtud, siendo un acto bueno repetido, y cuyo valor aumenta con el uso, como enseñaba Aristóteles, depende de los hábitos adquiridos por un individuo.

De ello se desprende que una sociedad donde se privilegia a las instituciones económicas, que tienden a economizar el uso que los ciudadanos hacen de las virtudes, es una sociedad que no solo verá reducirse su patrimonio de virtud, sino a la que le resultará difícil reconstituirlo. Esto se debe a las virtudes, como los músculos, se atrofian por la falta de uso. Brennan y Hamlin hablan, en este sentido, de la tesis del “músculo moral”: la economía en el uso de las virtudes desplaza la posibilidad de producir virtud. Así que cuanto más se confía en instituciones cuyo funcionamiento está relacionado con el principio del intercambio de equivalentes, los rasgos culturales y las normas sociales de comportamiento de la sociedad serán más congruentes con ese principio. Análoga, aunque más sofisticada, es la conclusión a la que llega Martin Hollis (1998) con su “paradoja de la confianza”: “Cuanto más fuerte sea el vínculo de confianza más puede progresar una sociedad; cuanto más progresa una sociedad sus miembros se vuelven más racionales y, por tanto, más instrumentales en sus relaciones. Cuanto más instrumentales se hacen, se vuelven menos capaces de dar y recibir confianza. Así el desarrollo de la sociedad erosiona el vínculo que la hace posible y del que continuamente necesita” (p. 73).

Como se entiende, si tuviesen razón estos (y otros) autores, serían pocas las esperanzas de poder dar una respuesta positiva a la pregunta planteada. Pero, afortunadamente, la situación no es tan desesperada como podría parecer a primera vista. En primer lugar, el argumento que sostiene la línea de pensamiento que aquí se discute sería aceptable si se pudiese demostrar que existe una relación de causalidad entre disposiciones e instituciones virtuosas, un vínculo por el cual se pudiese llegar a sostener que, trabajando en el mercado capitalista, los agentes llegan, con el tiempo, a adquirir por contagio una conducta individualista. Ahora, prescindiendo de la circunstancia de que tal demostración no se ha producido nunca, el hecho es que personas con disposiciones virtuosas, actuando en contextos institucionales en los que las reglas del juego se forjan desde la asunción del comportamiento egoísta (y racional), tienden a obtener mejores resultados que personas movidas por disposiciones egocéntricas. Por ejemplo, piénsese en las múltiples situaciones descritas por el dilema del prisionero. Jugado por individuos no virtuosos –en el sentido especificado más arriba– el equilibrio al que llegan es siempre un resultado subóptimo. Jugado, en cambio, por sujetos que atribuyen un valor intrínseco, es decir, no solo instrumental, a lo que hacen, el mismo juego lleva a la solución óptima.

Generalizando por un instante, el hecho es que la persona virtuosa que opera en un mercado que se rige únicamente por el principio del intercambio de equivalentes “florece”, porque hace lo que el mercado premia y valora, incluso si la razón por la que lo hace no es alcanzar del premio. En este sentido, el premio refuerza la disposición interior, ya que hace que sea menos “caro” el ejercicio de la virtud.

En segundo lugar, la tesis de Polanyi y otros eruditos mencionados anteriormente requiere, para ser válida, que las disposiciones virtuosas sigan a los comportamientos, mientras que lo cierto es exactamente lo contrario. Ni siquiera el conductismo más estricto sostiene que el comportamiento es un *prius* respecto a las disposiciones del ánimo. No solo eso, incluso si este argumento fuera cierto, no se podría explicar por qué, en las condiciones históricas actuales, caracterizadas por el predominio de las instituciones que “economizan la virtud”, estamos asistiendo a un florecimiento de organizaciones empresariales que se están moviendo en otra dirección. Esto sucede porque la naturaleza de lo que lleva al actor a elegir comportarse de manera virtuosa es relevante. De hecho, una persona que actúa de manera virtuosa por temor a la sanción (sea esta legal o social) o porque intrínsecamente está motivada para comportarse de esta manera marca una gran diferencia.

En definitiva, en un contexto como el actual en que prevalecen las instituciones económicas basadas en el principio del intercambio de equivalentes, ¿qué puede poner de manifiesto la posibilidad de una acción virtuosa –en el sentido de las virtudes cívicas– capaz de generar resultados positivos que podrían desencadenar el mecanismo de elección de las disposiciones al que acabamos de referirnos? La práctica de la responsabilidad civil por parte de la empresa. Esta es la auténtica tarea de sujetos que, basando su acción en el principio de reciprocidad, terminan por contagiar a otros. Es una especie de ley de Gresham a la inversa: ¡la moneda buena atrae a la mala! Pues bien, el sentido de la empresa civilmente responsable es abrir el mercado, ampliando su ámbito de acción y sobre todo la sostenibilidad. De hecho, no hay que olvidar que lo que “erosiona” el vínculo social no es el mercado en sí mismo, sino un mercado reducido a solo intercambio de equivalentes; no es, por lo tanto, el mercado civil, sino el “incivil”, que no fue construido –como sabían los humanistas del siglo XV– sobre la base de la reciprocidad como virtud civil (Bruni, Zamagni, 2004).

6. Conclusión

Para concluir, se trata de repensar, en clave generativa, el papel del empresario en el nuevo contexto económico resultado de los fenómenos de la globalización y de la tercera revolución industrial. Es comúnmente aceptado que la actividad económica, hoy en día, no puede concebirse de forma reductora en términos de todo lo que vale para aumentar el producto esperando que esto sea suficiente para asegurar la cohesión social; más bien, la actividad económica debe aspirar a la vida en común. Como Aristóteles había entendido bien, la vida en común es una cosa muy diferente de la mera uniformidad, que también se da entre el ganado. De hecho, cada animal come por su propia cuenta e intenta robar comida a otros animales. Sin embargo, en la sociedad humana el bien de cada uno solo se puede lograr con el trabajo de todos. Y, sobre todo, el bien de cada uno no puede disfrutarse si no lo es también por los otros.

El sentido, es decir, la dirección hacia la que tenemos que dirigirnos es recobrar la tradición del pensamiento de la economía civil, una tradición italiana que tiene sus raíces en el humanismo civil del siglo XV y que alcanza su plena sistematización conceptual en el siglo XVIII en la escuela napolitana (A. Genovesi, F. Galiani, G. Dragonetti y otros) y milanesa (P. Verri, C. Beccaria, G. Romagnosi y otros) de la Ilustración italiana.

La idea central de esta línea de pensamiento —que luego se verá socavada por la economía política anglosajona— consiste en fundar la arquitectura de la sociedad no sobre dos, sino sobre tres pilares: público (Estado e instituciones públicas); privado (mundo empresarial); civil (organizaciones de la sociedad civil, es decir, los cuerpos sociales intermedios). Cada uno de ellos tiene sus propios principios regulativos y se caracteriza por modos específicos de acción, pero los tres deben interactuar de manera orgánica (es decir, no esporádica) según los cánones del método deliberativo. El orden social, por lo tanto, ya no se basa en la dicotomía público-privado (es decir, en el Estado y el mercado), sino en la tricotomía, público, privado, civil.

Una estrategia eficaz para la innovación social debe reconocer y hacer suya esta articulación de la sociedad porque solo de ella puede surgir la solución a los nuevos problemas del actual periodo de transición. De hecho, una de las urgencias políticas y culturales más apremiantes hoy es ir más allá de las dos concepciones de mercado hasta ahora dominantes. Por un lado, la visión del mercado como un “mal necesario”, una institución de la que no se puede prescindir, porque es garantía de progreso y éxito económico, pero que sigue siendo un “mal” del que hay que guarecerse y, por lo tanto, mantener bajo control, estableciendo restricciones estrictas.

Esta es la posición adoptada por los teóricos de la llamada “tercera vía”, según los cuales es preciso separar la esfera económica del resto de la sociedad y utilizar la primera como un instrumento para alcanzar los objetivos que se fija la segunda. Por otro lado encontramos la concepción del mercado como medio para resolver el problema político. Se trata de una concepción plenamente en sintonía con el espíritu —y también con la práctica— del pensamiento neoliberal que, de hecho, tiene como objetivo resolver el problema político por vía esencialmente económica.

El horizonte hacia el que tender consiste más bien en crear las condiciones para una economía de mercado pluralista, donde puedan actuar, de forma autónoma e independiente, además de las empresas lucrativas también entidades económicas que, sin perseguir ganancias, son igualmente capaces de generar valor añadido, y por lo tanto, riqueza. Estos son los sujetos que componen la variada constelación de las organizaciones sin fines de lucro (cooperativas, empresas sociales, fundaciones). Recuérdese que la defensa de las razones de la libertad requiere que el pluralismo sea defendido no solo en el ámbito político —lo cual es obvio— sino también en el económico.

Pluralista y democrática es, pues, la economía en la que hay espacio, en primer lugar, para más principios de organización económica –desde la búsqueda de beneficios a la reciprocidad– sin que la postura institucional vigente privilegie, más o menos abiertamente, uno u otro; y, en segundo lugar, la economía en la que se permite al consumidor no solo elegir dentro de un menú dado, sino también que él sea capaz de “decir lo que piensa” acerca de la composición del mismo menú. Este es el sentido del así llamado “voto con cartera”, otro notable ejemplo de innovación social. (Piénsese en el cash-mob introducido por primera vez en los EEUU en 2011.)

Hoy se sabe que con el fin de garantizar la sostenibilidad de una economía de mercado viable es necesario un aporte continuo de valores procedentes de fuera del mercado, tal y como sugiere –en otro frente– la paradoja de Böckenförde según la cual el Estado liberal secularizado vive de presupuestos que ni siquiera él mismo puede garantizar. El núcleo de la paradoja radica en el hecho de que el Estado liberal solo puede existir si la libertad que promete a sus ciudadanos se regula por la constitución moral de los individuos y por estructuras sociales inspiradas en el bien común.

Si, en cambio, el Estado liberal intenta imponer esa regulación, entonces renuncia a su propio ser liberal, acabando por caer en el mismo totalismo del que pretende emanciparse. Mutatis mutandis, lo mismo se puede decir del mercado. La economía de mercado postula ciertamente la igualdad entre los participantes, pero genera ex-post desigualdad de resultados. Y cuando la igualdad en el ser diverge cada vez más de la igualdad en tener, es la razón misma del mercado la que se pone en duda. En definitiva, trabajar para que la economía de mercado vuelva a ser civil –como lo fue, aunque por muy poco tiempo, en sus albores– es el gran reto que la empresa de hoy debe ser capaz de recoger dotándose de una dosis masiva de coraje e inteligencia.

Referencias bibliográficas

- Acemoglu, D., Robinson, J. (2012), *Perchè le nazioni falliscono. Alle origini di potenza, prosperità, povertà*, Il Saggiatore, Milano.
- Bowen, H. B. (1953), "Social Responsibility of businessmen", Harper, Nueva York.
- Brennan, G., Hamlin, A., (1995): "Economizing on virtues"; *Constitutional Political Economy*, 6, 1; pp. 35-56.
- Bruni, L. (2009): *L'impresa civile*, Egea Bocconi, Milano.
- Bruni, L., Zamagni, S. (2004): *Economia Civile*, Il Mulino, Bologna.
- Cantillon, R. (1755), *Essai sur la nature du commerce en général*, Fletcher Gyles, Londres.
- Christensen, C. M. (1997), *The innovator's dilemma*. Harvard Business School Press. Cambridge (MA).
- Guiso, L., Sapienza, P. y Zingales, L. (2010): "Civic capital as the missing link", NBER, 15845, March.
- Henriques, A. (2009): "Is there any such thing as "Global Corporate Citizenship?"; en *Politeia* (25, 93); pp. 232-238.
- Hollis, M. (1998), *Trust within reason*, Cambridge University Press. Cambridge.
- Kruse, D. L.; Freeman, R. B. y Blasi, J. R. (2012): *Shared capitalism at work. Employee ownership, profit and gain sharing, and broad-based stock options*, The University of Chicago Press. Chicago-Londres.
- Magatti, M. (2012): *La grande contrazione*, Feltrinelli, Milano.
- Polany, K. (1974): *La grande trasformazione*, Einaudi, Torino.
- Porter, M. E. y Kramer, M. R. (2011): "Creating shared value. How to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth"; in *Harvard Business Review* (89, 1-2); pp. 81-96.
- Sacconi, L. (2013): "L'impresa socialmente responsabile e il suo governo multi-stakeholder. Un modello di impresa per il sindacato e la politica democratica"; in "*Quaderni di Rassegna Sindacale. Lavori*" (14, 3); pp. 93-145.
- Schelling, T. (1960), *The strategy of conflict*, Harvard University Press. Cambridge (MA).
- Shiller, R. (2012), *Finanza e società giusta*. Il Mulino, Bologna.
- Taylor, C. R. (2009): "Carpe crisis: capitalizing on the breakdown of capitalism to consider the creation of social business"; *New York Law School Law Review* (54, 10); pp. 743-771.
- Waddock, S. (2009): "Corporate citizenship: the leadership challenge from the changing global context"; en *Politeia* (93); pp. 47-63.
- Zadek, S. (2011): *The Civil Corporation. The new economy of corporate citizenship*, Earthscan Ltd., London,
- Zamagni, S. (2007): *L'economia del bene comune*, Città Nuova, Roma.
- Zamagni, S. (2013): *Impresa responsabile e mercato civile*, Il Mulino, Bologna.

El desarrollo
humano integral
según la perspectiva
de la *economía civil*

1. ¿Qué es la economía civil?

Lo de la economía civil es una tradición de pensamiento que se remonta al humanismo civil del siglo XV y prosiguió, con éxito desigual, hasta su periodo de oro, el de la ilustración italiana, milanesa y especialmente napolitana. (L. Bruni, S. Zamagni, *Economía civile*, Bologna, Il Mulino, 2004). Mientras Smith y Hume perfilaban en Escocia los principios de la *Political Economy*, en Nápoles, en los mismo años, tomaba forma con Genovesi, Filangieri, Dragonetti y otros el programa de investigación de la Economía civil. Entre la escuela escocesa y la napolitana – milanesa hay muchas similitudes: la polémica antifeudal (el mercado es ante todo un medio para salir de la sociedad feudal); el enaltecimiento del lujo como factor de cambio social, sin preocuparse demasiado por los “vicios” de quien consume esos bienes; una gran capacidad para comprender el cambio cultural que el desarrollo del comercio estaba produciendo en Europa; la toma de conciencia del papel esencial desempeñado por la confianza para el funcionamiento de una economía de mercado; la “modernidad” de sus visiones de la sociedad y del mundo. Sin embargo, al mismo tiempo existía una profunda diferencia entre Escocia (*Political Economy*) e Italia (*Economía Civile*).

Smith aun reconociendo que el ser humano posee una tendencia natural hacia la sociabilidad (hacia la *sympathy* y hacia la *correspondence of sentiments* con los demás) no considera que la sociabilidad, es decir, la relacionalidad no instrumental, sea un asunto relevante para el funcionamiento de los mercados (“La sociedad civil puede existir entre distintas personas... En la base a la consideración de la utilidad individual, sin ninguna forma de amor o afecto mutuo”. (*Theory of Moral Sentiments*, II.3.2., la cursiva se ha añadido).

Es más, en algunos pasajes, tanto de la *Theory of Moral Sentiments*, como de la *Wealth of Nations*, Smith escribió explícitamente que los sentimientos y comportamientos de benevolencia complican el funcionamiento del mercado, que funcionaría tanto mejor como más instrumentales fueran las relaciones interpersonales en su interior. Por tanto, lo que debería hacerse es diseñar un sistema de mercado tan perfecto que no requiriera de la benevolencia, esto es, la capacidad de hacer el bien hacia alguien. El mercado, para Smith y para la tradición que tras él se convertiría en la posición oficial en economía, es el medio para entablar relaciones auténticamente sociales (no hay una sociedad civil sin mercados), por estar libre de vínculos verticales y de estatus que no se eligen, pero siendo en sí mismo un lugar de relacionalidad.

Que las relaciones mercantiles sean impersonales y mutuamente indiferentes para Smith no es un aspecto negativo, sino civilizador: solo así el mercado puede asegurar bienestar y desarrollo. Por tanto, amistad y relaciones de mercado pertenecen a dos ámbitos bien diferenciados y separados; es más, la existencia de relaciones de mercado en el ámbito público (y solo en este) garantiza que en el ámbito privado las relaciones de amistad sean genuinas, elegidas libremente y separadas del estatus; si el mendigo va a la tienda del carnicero a pedir una limosna, nunca podrá tener con él una relación de amistad fuera del mercado. En cambio, si un día el ex mendigo entra en su carnicería o en una cervecería para comprar sus mercancías, por la noche este ex mendigo podrá reunirse en el pub con sus proveedores a un nivel de mayor dignidad, y tal vez puede llegar a ser su amigo. Para Smith y para la tradición oficial de la ciencia económica, el mercado es civilización pero no es amistad, ni reciprocidad no instrumental, ni fraternidad (L. Bruni e R. Sugden, “*Fraternity; why the market need not be a morally free zone*”, *Economics and Philosophy*, 24, 2008).

Sobre estas cuestiones, fundamentales en la práctica y la teoría económica contemporánea, la tradición de la economía civil discrepa de manera radical. Para Genovesi, Filangieri, Dragonetti, en Nápoles, y para Verri, Beccaria, Romagnosi en Milán, y posteriormente en el siglo XX, Luigi Sturzo y, en cierto modo, Luigi Einaudi, pero también economistas más aplicados como Rabbeno o Luzzatti, o el fundador de la economía corporativa, Gino Zappa (también la tradición de la economía de la empresa italiana es una expresión de alto nivel de la línea de pensamiento de la economía civil), el mercado, la empresa, lo económico, en sí mismo también son lugares de amistad, reciprocidad, gratuidad. La economía civil no acepta la idea, o mejor, la ideología, ahora extendida en cualquier parte y que se da por sentada, que el mercado es algo radicalmente distinto de lo civil que se rige por principios distintos: la economía es civil, el mercado es vida en común, y comparten la misma ley fundamental; la asistencia mutua. La asistencia mutua de Genovesi no es solo el beneficio mutuo de Smith: para el beneficio mutuo es suficiente el contrato, para la asistencia mutua se necesita la *philia*, y tal vez el *agape*. (A. Pabst, “*Political economy of virtue: Genovesi’s civil economy alternative to modern economic thought*”, *International Review of Economics*, 14, 2015).

Hoy en día la economía civil se coloca como alternativa a la economía de tradición smithiana que ve el mercado como la única institución realmente necesaria para la democracia y la libertad: la economía civil nos recuerda que una buena sociedad ciertamente es fruto del mercado y la libertad, pero hay exigencias, atribuibles al principio de fraternidad, que no pueden eludirse ni posponerse exclusivamente al ámbito privado y en particular a la filantropía. Al mismo tiempo, la economía civil no está con quien lucha contra los mercados y ve lo económico como un conflicto endémico y natural con la vida buena, invocando un decrecimiento y retirada de lo económico de la vida en común. La economía civil propone más bien un humanismo multidimensional, en que ya no se combate o “controla” el mercado, sino que se ve como un lugar cívico igual que los demás, como un momento del ámbito público que, si se concibe y vive como un lugar abierto también a los principios de reciprocidad y gratuidad, contribuye a la construcción de la *civitas*.

La economía como si la persona contara: esta podría ser la perífrasis para expresar el núcleo del programa de investigación de la economía civil. Para comprender su significado, pueden considerarse las dos visiones antitéticas de la forma de concebir la relación entre el ámbito económico

(que por comodidad, y con acepción amplia del término, podemos llamar mercado) y el ámbito social (que podemos identificar con el ámbito de la solidaridad). Por un lado están los que ven en la ampliación de los mercados y del principio de eficacia la solución a todos los problemas de la sociedad. Por el otro, quienes ven el avance de los mercados como “desertificación” de la sociedad y por tanto intentan protegerse estableciendo restricciones y creando compensaciones. La primera visión considera el mercado como una entidad básicamente “a-social”: según esta concepción, que se remonta a algunas versiones de la ideología liberal, lo “social”: es distinto de la mecánica del mercado, que se representa como una institución ética y socialmente neutral. Al mercado se le requiere eficacia y se encomienda la tarea de crear tanta riqueza como sea posible. En cambio la solidaridad comienza donde termina el mercado, puesto que se trata de establecer criterios para repartir la riqueza producida, es decir, para su redistribución.

En las antípodas de esta visión encontramos el otro enfoque, que ve el mercado como esencialmente anti-social. Esta concepción, que se remonta a K. Marx y K. Polanyi, y que actualmente sus expresiones más visibles son las distintas formas de economía alternativa (“economía solidaria, economía comunitaria” y otras similares)

se caracteriza en cambio, por concebir el mercado como un lugar de explotación y de dominio del más fuerte sobre el más débil, y por tanto como amenaza para la sociedad: “el mercado avanza sobre la desertificación de la sociedad” – escribió K. Polanyi. De ahí el llamamiento a “proteger a la sociedad” del mercado con el argumento de que las relaciones realmente humanas (como la amistad, la confianza, la donación, la reciprocidad no instrumental, el amor, etc.), se destruirían por el avance de la cultura del mercado. Esta visión tiende a ver lo económico y al mercado como deshumanizantes de por sí, como mecanismos destructores del “capital social” imprescindible para una convivencia genuinamente humana, además de posibilitar un crecimiento económico sostenible.

La concepción de la relación mercado-sociedad típica de la economía civil se coloca en una perspectiva radicalmente distinta con respecto a las dos anteriores. La idea central es vivir la experiencia de la socialización humana, en el ámbito de una vida económica normal, ni al margen, ni antes, ni después. Esta nos dice que en la actividad económica pueden encontrar su sitio “otros” principios distintos del beneficio y del intercambio de equivalentes.

De este modo ciertamente se supera la primera visión que ve lo económico como lugar éticamente neutral basado únicamente en el principio del intercambio de equivalentes, ya que es el propio espacio económico que, en base a la presencia o ausencia de estos otros principios, se convierte en civil o in-civil. Pero va más allá incluso de la otra concepción que ve la donación y la reciprocidad como prerrogativa de otros momentos o ámbitos de la vida social, una visión que hoy en día aún está arraigada en no poca expresiones del tercer sector, y que ya no se sostiene. Y ello por al menos dos razones específicas. (Según L. Bruni y S. Zamagni, *Dizionario di Economia Civile*, Roma, Città Nuova, 2009).

En primer lugar, en la época de la globalización, la lógica de los “dos tiempos” (primero las empresas producen y luego el Estado interviene para redistribuir la riqueza de forma equitativa), en la que se basa la relación entre economía y sociedad (piénsese en el Estado de Bienestar), ya no está en condiciones de funcionar, porque ha desaparecido el fundamento de esa lógica, es decir, la estrecha relación entre riqueza y territorio. Como resultado de ello, a la empresa se le pide que preste atención a la dimensión social en el desarrollo de su actividad económica normal.

Es este el sentido del movimiento de ideas que se encuentra a la base de la responsabilidad social de la empresa. (S. Zamagni, *Impresa responsabile e mercato civile*, Bologna, Il Mulino, 2013). (La “Carta de la Responsabilidad Social Compartida” aprobada por el Consejo de Europa el 22 de enero 2014, es una clara evidencia de ello). En segundo lugar, el efecto “desplazamiento”. Si el mercado, y más en general, la economía se convierten solo en intercambio instrumental, se centra en una de las paradojas más preocupantes de la actualidad. La “moneda mala expulsa a la buena” –reza la ley de Gresham, una de las más antiguas y conocidas leyes en economía. Este es un mecanismo que tiene un alcance muy amplio, y actúa, por ejemplo, cada vez que motivaciones intrínsecas (como reciprocidad, gratuidad) se comparan con motivaciones extrínsecas (como la motivación de lucrarse): las malas expulsan a las buenas. El intercambio basado solo en la búsqueda de su propio interés, expulsa a las demás formas de relaciones humanas. Así, el mercado –si solo es eso– al desarrollarse “erosiona” la condición de su propia existencia, es decir, la confianza y la propensión a cooperar.

Pues todas las sociedades necesitan apoyarse en tres principios distintos y complementarios para poderse desarrollar armónicamente y así tener posibilidades de futuro: el intercambio de equivalentes, la redistribución de riqueza y la reciprocidad.

Todas las sociedades conocen esta estructura “triádica”; si bien es cierto que solo dos de estos principios se han ido incorporando en cada momento en los modelos de orden social que se hayan producido históricamente a lo largo de últimos siglos. Siempre con resultados insatisfactorios. Pues, ¿qué ocurre cuando desaparece uno de estos tres principios? Si se elimina la reciprocidad se obtendría un modelo de orden social basado en la dicotomía Estado-mercado, que ya se ha comentado anteriormente. Si se elimina la redistribución, se produciría el modelo del capitalismo compasivo (el welfare capitalism de la experiencia americana). El mercado es la palanca del progreso, y debe dejarse actuar libremente, sin obstáculos, como precisamente enseña el neoliberalismo. De esta manera, el mercado produce riqueza, y los “ricos” hacen la “caridad” a los pobres “utilizando” la sociedad civil y sus organizaciones (las charities y las Foundations). Por otra parte, la eliminación o la subestimación del intercambio de equivalentes produce los colectivismos y comunitarismos de ayer y de hoy, donde se vive pensando en hacer menos que la lógica del contrato (incluso a costas de ineficacias y despilfarros devastadores). Pues la idea central de la economía civil es alcanzar un orden social en que los tres principios puedan coexistir simultáneamente, es decir, puedan encontrar espacios reales de actuación práctica y contagiarse mutuamente.

Por último, y a modo de resumen: la economía civil es una forma de ver la realidad económica que hace suyas tres tesis principales. La primera es el rechazo del principio de NOMA (*Non overlapping magisteria*) formulado por primera vez por Richard Whately, el influyente economista de la Universidad de Oxford, en 1829. Según el NOMA, las normas éticas tendrían tanto impacto en la ciencia económica como el que tienen en las leyes de la física. Es como decir que el ámbito económico debe mantenerse al margen de los ámbitos tanto de la ética como de la política, con las que no tendría nada que ver. Es más, la infiltración en el área del mercado de valores y normas pertenecientes a las otras dos podría poner en peligro la consecución de su objetivo final: la eficacia. Por lo que, si el planteamiento económico quiere aspirar a adquirir la condición de ciencia (hablando desde el punto de vista del neopositivismo), este debe cortar el cordón umbilical –insistía Whately– que lo había mantenido unido a la ética y a la política durante siglos. Claramente, la economía civil no puede aceptar este principio de separación, aún hegemónico en la actualidad, por la sencilla razón de que el objeto del problema económico sigue siendo el ser humano en su conjunto. Por lo que economía y ética se reflejan mutuamente y se entienden una en el espejo de la otra. Aún así, la economía debe diferenciarse y ser autónoma de la ética y la política, pero sin llegar a separarse.

La segunda tesis es que la tarea nada secundaria de la investigación económica es encargarse también del diseño de la estructura institucional de la sociedad, la cual no puede adoptarse como un mero hecho ajeno, como si fuera un hecho natural. El economista civil no puede limitarse a buscar la adaptación óptima de los recursos disponibles a un determinado conjunto de reglas de juego. Y ello porque no todas las instituciones (económicas y políticas) están en condiciones de contribuir de la misma manera a la consecución del bien común: así como entre estas, se trata de elegir las más aseguran el progreso civil de la sociedad, que depende tanto de la conducta individual como del tipo de instituciones que se seleccionan.

Por último, la tercera tesis es el hecho de que los tres principios del orden de mercado – intercambio de equivalentes, redistribución, reciprocidad – deben coexistir en una relación multiplicadora, no aditiva. Esto significa que los tres principios deben interactuar simultáneamente, si pretenden activar círculos virtuosos. No es admisible ningún trade-off o merma entre ellos: renunciar, pongamos, a la reciprocidad para aumentar el espacio reservado al intercambio de equivalentes, o viceversa. De otro modo, una característica inconfundible de la economía civil es elegir como su objetivo último el bien común –que es el producto de bienes individuales– y no el bien absoluto –que es la suma de los bienes individuales, tal como nos enseña el utilitarismo de Bentham.

2. El capital civil

2.1

De todo lo anterior puede deducirse por qué es la ciudad, la civitas, el lugar privilegiado en que se crea y se deja trabajar al capital civil, el verdadero motor de cualquier proceso de desarrollo humano sostenible. Pues es notorio que el capital civil de una comunidad es el factor determinante de su progreso, puesto que el desarrollo económico moderno, más que el resultado de la abundancia de recursos naturales (y físicos) y de la adopción de planes de incentivos eficaces, se consigue más bien por la presencia o no en un territorio de los elementos que constituyen el capital civil. Por cierto, no son los incentivos en sí, sino la manera en que los agentes perciben y reaccionan a los incentivos aquello que determina los resultados finales. Y la manera de reaccionar depende precisamente de la cantidad de capital civil disponible. Un caso notorio que confirma esta afirmación es la Revolución Industrial. Esta tuvo lugar en Inglaterra en un período (el siglo XVIII) en que las instituciones económicas y los incentivos fueron básicamente los mismos que los de los siglos anteriores. Sirva como ejemplo: las oportunidades de beneficios garantizadas por la conversión de las tierras de propiedad común en tierras de propiedad privada – oportunidades ya existentes durante siglos –

empezaron a ser explotadas solo cuando comenzó a difundirse el espíritu emprendedor del tipo capitalista como consecuencia de una marcada agitación cultural asociada a la línea de pensamiento de Hobbes – Locke – Mandeville – Hume – Bentham. (Un interesante y oportuno testimonio de este hecho se encuentra en G. Clark, *Farewell to alms*, Princeton, Princeton University Press, 2007). Otra confirmación acreditada nos la proporciona la obra de historiador económico Avner Greif sobre las comunidades de mercaderes medievales entre el Magreb y el Mediterráneo. Esta nos muestra, con todo detalle, cómo el éxito comparativo de los mercaderes genoveses fue atribuible principalmente al hecho de que entre estos prevalecía una cultura cuyos códigos simbólicos y normas de conducta social favorecían la cooperación económica, y como consecuencia de ello, se facilitó la actividad de intercambio debido a la reducción de los costes de transacción. (A. Greif, “*Contract enforceability and economic institutions in early trade*”, *American Economic Review*, 83, 1993).

Es ya de dominio público que valores y disposiciones tales como la propensión al riesgo, la tendencia a conceder créditos, la actitud hacia el trabajo, la predisposición a confiar en los demás, etc., están fuertemente relacionadas con la cultura imperante en un determinado contexto espacio-tiempo.

El capitalismo, al igual que cualquier otro modelo de orden social, para su reproducción continuada necesita de una variedad de instrumentos culturales y de un código detallado de moralidad que, sin embargo, no es capaz de generar por sí mismo, aunque seguramente contribuye a cambiar sus componentes a lo largo del tiempo. Por tanto, ¿cuáles son los elementos que constituyen el capital civil de una región o una comunidad?. El primero es el capital social estructural; el segundo es el capital institucional; el tercero es el capital cultural. Empecemos por el primero.

En la actualidad hay abundante literatura sobre capital social. Por tanto no cabe proporcionar una recopilación aquí. Nos limitamos a recordar que esta expresión aparece por primera vez en un ensayo de L. J. Hanifan de 1920 (*The Community Center*, Silver & Co, Boston, 1920). “Al utilizar la expresión ‘capital social’ aquí no se hace ninguna referencia a la acepción habitual del término capital, como no sea en sentido figurado. No nos referimos a un patrimonio inmobiliario o a una propiedad personal, o al dinero, sino más bien a aquello que permite a estas entidades tangibles influir en la vida de cada día. En la construcción de una comunidad, así como de una organización de mercado, debe existir una acumulación de capital antes de emprender las obras de edificación” (p. 121; la cursiva se ha añadido).

En tiempos más recientes, el concepto de capital social fue retomado por P. Bourdieu (*“Le capital social, Actes de la Recherche en Sciences Sociales, 3, 1980*) y por J. Coleman (*“Social Capital in the creation of human capital”, American Journal of Sociology, 94, 1988*). A pesar de las diferencias entre las definiciones de los dos famosos sociólogos, hay un elemento en común a ambos: el capital social es visto como un recurso puesto a disposición del individuo y ya no como una relación interpersonal. De hecho, el capital social está asociado al capital reputacional, que es precisamente un activo del que se beneficia el sujeto individual.

Solo con la obra del politólogo norteamericano R. Putnam (*Making Democracy Work*, Princeton, Princeton University Press, 1993) es cuando la categoría de capital social adquiere la acepción universalmente aceptada en la actualidad. Sobre la base de un enfoque de tipo ecológico – enfoque que utiliza datos referidos a unidades de análisis territorial y no datos ya recogidos directamente de los individuos, como así exigiría el enfoque relacional – Putnam traza una clara distinción entre el capital social de tipo *bonding* o de unión y el capital social de tipo *bridging* o de puente. El primero es el conjunto de relaciones que se establecen entre personas pertenecientes a un grupo cerrado y caracterizado por una marcada homogeneidad de valores e intereses: la familia, una asociación, una comunidad de país.

Este tipo de capital crea unas relaciones de confianza, pero de corto alcance; genera más bien formas de solidaridad, pero solo a favor de los miembros del grupo. En cambio, el capital social de tipo *bridging* es el que se crea cuando personas pertenecientes a grupos sociales distintos, e incluso culturalmente distantes, consiguen entrelazar formas estables de relacionarse entre ellas. Ello da lugar a la confianza generalizada, que es bien distinta de la confianza particularista según se ha comentado anteriormente. Debe subrayarse que la confianza generalizada es el factor real de desarrollo económico y de progreso moral de un territorio. Pues solo esta es capaz de generar las condiciones que sirven para reducir significativamente los costes de transacción y para fomentar así las relaciones de intercambio incluso entre personas que no se conocen. Como reza un aforismo americano, ¡no se hacen buenos negocios con los amigos y los vecinos!

Luego hay un tercer tipo de capital social que Putnam no considera de forma explícita: el de tipo *linking* o de vínculo. Este consiste en la red de relaciones de enlace entre organizaciones de la sociedad civil (asociaciones, fundaciones, ONG, iglesias) e instituciones político-administrativas (tanto a nivel central como local), orientadas hacia la realización de obras que ni la sociedad civil, ni la sociedad política, podrían implementar por sí solas. Estas tres formas de capital social favorecen el desarrollo.

Pero hay una condición que debe respetarse: que la acumulación de capital social de tipo *bonding* no se produzca a expensas del tipo *bridging* y *linking*, como ocurrió (y ocurre), por ejemplo, en las regiones meridionales de Italia, donde tanto los policy outputs (el rendimiento institucional) como los *policy outcomes* (los efectos de las políticas sobre calidad de vida de las personas) son significativamente inferiores que los de las regiones del Centro y Norte. El reciente trabajo de G. De Blasio et. al., (*“Universalism vs. particularism: a round trip from sociology to economics”*, Banca d'Italia, Roma, Enero 2014) investiga la dicotomía entre universalismo y particularismo con respecto a las distintas dimensiones del capital social, con referencia específica al caso italiano. El riguroso análisis empírico confirma plenamente la conjetura teórica según la cual es lo que frena las perspectivas de desarrollo en el Sur es la prevalencia del capital social de tipo *bonding*. Y esta es la razón fundamental de que en los lugares en que predominan relaciones de corto alcance se establece una separación entre “nosotros” (los miembros del grupo o el clan) y “ellos”, (los demás), y en que el propósito de “nosotros” es construir agregaciones capaces de generar el fantasma de “ellos”, de los demás. En estos casos, el uso de “nosotros” se vuelve funcional, más que como una exigencia de identificación, para dar lugar a un deseo de exclusión.

Con mediciones realizadas a lo largo de veinte años, el estudio de Putnam (llevado a cabo con la colaboración de R. Leonardi y R. Naanetti) demuestra cómo los localismos, familiarismos y corporativismos, con la solidaridad de corto alcance que estos generan, han creado, en el Sur, tal cantidad de capital social de tipo bonding que han acabado por ahogar la creación de los otros dos tipos, agudizando los problemas de gobernabilidad de las sociedades locales. Bien lo entendió, adelantándose mucho a su tiempo, Antonio Genovesi, en su *Discorso sopra il vero fine delle lettere e delle scienze* de 1754, en ocasión de la lección inaugural del nuevo año académico de la Universidad de Nápoles, que se preguntó por qué Nápoles, aun estando adecuadamente poblada, bien ubicada con respecto a las exigencias del tráfico comercial, bien dotada de diversas mentes e intelectos, no fuera una “nación” desarrollada al igual que las demás naciones del norte de Europa. La respuesta que dio el fundador de la economía civil fue que Nápoles carecía “del amor por el bien público”, no del capital natural, ni del capital humano. “El sostenimiento primero –escribió nuestro– y máximo– exponente de las sociedades civiles–, es el amor del bien público, que puede preservar esas sociedades de la misma manera en que contribuyó a crearlas”.

Las sociedades en las que reina y prevalece el interés privado, en las que ninguno de sus miembros está tocado por el amor del bien público, no solo no pueden conseguir riqueza y poder, sino que incluso si lo consiguieran, son incapaces de mantener esta posición”. (El bien público del que habla Genovesi corresponde al bien común tal y como se entiende aquí).

Este es el punto, precisamente, en que se integra el problema del desarrollo humano. Es oportuno repetirlo: seguramente no es la falta de capital humano, ni de capital físico lo que evita que tantos países materialicen su potencial. Es más bien la separación entre sociedad civil, sociedad política y mercado, por un lado, y la insuficiente dotación de confianza generalizada, por el otro, el verdadero estrangulamiento que agrava inexorablemente los problemas de gobernabilidad de la sociedad.

¿En qué ámbitos este estrangulamiento es más acusado? Indicaremos tres, los que a nuestro juicio nos parecen más críticos. El primero se refiere a la dificultad de dar vida a un modelo de bienestar que sea compatible con las exigencias de desarrollo del país. El estado del bienestar siempre ha sido un modelo anticuado, es decir compensatorio – un modelo orientado únicamente a mejorar las condiciones de vida de los grupos más necesitados. Se gastan recursos, a veces de importes ingentes, destinados a pobres y marginados, pero estos resultan ser poco eficaces, porque se sigue siempre un enfoque descontextualizado.

Pero ahora ya sabemos que lo que se necesita es un bienestar generativo, que repercuta en las habilidades de vida de los necesitados. Y sin capital social de tipo *linking*, este no puede materializarse.

Segundo. Los países mediterráneos poseen un capital humano respetable, instituciones de investigación universitaria de buen nivel, un sector empresarial vibrante y apasionado. Y sin embargo, universidades, empresas y autoridades locales no consiguen crear sinergias que generen bases de desarrollo, centros tecnológicos, centros industriales de nueva generación, centros culturales de vanguardia. La desconfianza mutua –es decir, la falta de confianza– que reina entre los vértices del triángulo mencionado no permite emprender recorridos virtuosos de desarrollo– que sin embargo estarían al alcance de la mano. Un indicador parcial, pero elocuente, de las implicaciones de esta carencia es la profunda diferencia territorial en las tasas de activación de la iniciativa empresarial.

Tercero. La falta de un ethos compartido es lo que condena a un país al cortoplacismo – tal y como se ha dicho anteriormente. Séneca escribió: “No hay viento favorable para el navegante que no sabe a dónde ir”. Para saber a dónde ir se necesita conocer el objetivo que se pretende alcanzar. Pero el objetivo no puede decidirlo la política por sí sola. Su función es más bien la de servirlo.

Ni puede fijarlo una élite de intelectuales o una oligarquía que ostenta el poder económico y financiero. Es la democracia deliberativa la forma en que la sociedad política, sociedad civil y sociedad comercial, precisamente en base al método deliberativo, pueden converger hacia la definición de una senda de desarrollo compartida.

Si así están las cosas, ¿quién debe ser el primero en intentar romper esta especie de círculo vicioso para aumentar la dotación de capital social de tipo bridging y sobre todo linking?. Nuestra respuesta es que son los sujetos empresariales, privados y sociales, en constituir el *primum novens*. Puntualizamos: no solo las empresas privadas, sino también las empresas sociales. ¿Cuál es el fundamento de esta afirmación?. Es notorio desde hace tiempo que la amplia literatura sobre capital social, aunque proporcione abundante información sobre los elementos que lo constituyen en cuanto a tipo, efectos positivos generados (en términos de nivel de bienestar de la población, rendimiento de las políticas públicas, etc.), esta resulta ser más bien escasa en el tema de lo que debe hacerse para aumentar su dotación. En resumen, existe mucho diagnóstico y poca terapéutica. Son muchas las razones de este estado de cosas tan desconsolador. La más obvia es que es mucho más fácil y sobre todo menos arriesgado realizar un análisis y expresar un deseo que dedicarse a sugerir proyectos viables que puedan implementarse de forma concreta.

Una segunda razón es la inercia, que aún prevalece, y se refiere al modo con que se examina la realidad. (¿No es cierto que una teoría no es más que una visión particular de la realidad?). Hasta hace muy poco prevalecía, en el análisis y el debate público, la visión “desde el lado de la demanda”. (L. Azzolina, “*Capitale sociale, spesa pubblica e qualità dei servizi*”, *Stato e Mercato*, 99, 2013). Se trata de lo siguiente. Una baja dotación de capital social de tipo bridging y linking afecta negativamente a la eficacia de las políticas públicas dando lugar a bajos rendimientos institucionales porque el bajo nivel de civismo (*civiness*) aleja a los ciudadanos de la participación activa en la vida pública, y en particular, no se preparan para utilizar la opción voice o voz (en el sentido de Hirschman). Por otro lado, un estado de cosas así posee determinantes y raíces que vienen de lejos, tal y como hemos mencionado en el apartado 3, y por tanto sería inútil esperarse cambios radicales a corto y medio plazo. Como observaron L. Guiso, P. Sapienza, L. Zingales (“*Civic Capital as the missing link*”, por J. Benhabib et. al., *Handbook of Social Economics*, Amsterdam, North-Holland, 2011), el capital cívico –que los autores definen como el conjunto de creencias y normas culturales compartidas que sirven para resolver los distintos problemas de actuación colectiva– es persistente porque las formas de transmisión, a través de la familia o la educación, requieren mucho tiempo.

Como consecuencia de ello, las comunidades que, por alguna circunstancia histórica, hayan tenido la suerte de comenzar partiendo de una elevada dotación de capital cívico, consiguen mantener en el tiempo una ventaja comparativa con respecto a las demás comunidades. Este enfoque del lado de la demanda conduce a un cierto conservadurismo, hijo de la resignación, que siempre se apodera de la mentalidad popular de los lugares en que “los amos hacen las pasiones tristes”, como escribió con elegancia B. Spinoza.

Afortunadamente está disponible la visión alternativa “del lado de la oferta”, que nos proporciona el siguiente planteamiento. Puesto que es mucho más fácil y rápido centrarse en el cambio de la clase dirigente (económica y política) que cambiar los mapas cognitivos de los ciudadanos, la sabiduría y la racionalidad sugieren que conviene intervenir prioritariamente en dos frentes. Por otro lado, sobre la estructura de gobierno, es decir, sobre el capital institucional que comentaremos a continuación. Según ha documentado S. Vassallo (*II divario incolmabile, II Mulino*, Bologna, 2013), a igualdad de cultura cívica, el diseño institucional tiene un papel por lo menos de igual importancia que el rendimiento de las políticas públicas; que es como decir que el capital institucional desempeña una función autónoma con respecto al capital social.

Por otro lado, es necesario dar alas a la clase empresarial (privada y social) que, si bien en porcentajes distintos, existe en cada territorio, al menos en estado potencial. La historia nos enseña que el cambio estructural siempre ha sido desencadenado por minorías proféticas que, en presencia de condiciones favorables, han conseguido acercar a la masa crítica la comunidad a la que pertenecían, más allá de la cual el sistema converge de forma endógena hacia el equilibrio social superior. ¿Cuáles son esas condiciones favorables?. Que se consiga mantener dentro de límites decentes los dos pecados capitales que impiden cualquier proceso de auténtico desarrollo: la burocracia y la renta parasitaria. (No olvidemos la advertencia de David Ricardo: nunca se producirá un desarrollo duradero allá donde el porcentaje de las rentas parasitarias con respecto al producto interior sea superior a un 15% aproximadamente. Actualmente en Italia es de un 35% aproximadamente). Según han documentado ampliamente D. Acemoglu y J. Robinson (*Why Nations Fail*), Cambridge (Massachusetts), *Harvard University Press*, (2012), son estos dos factores los enemigos acérrimos del capital civil al determinar la prevalencia de las instituciones “extractivas” sobre las “inclusivas”, impidiendo así el desarrollo. Nunca podrá emprenderse un proceso de desarrollo allí donde las instituciones estén diseñadas para premiar el inmovilismo.

2.2

Como se ha dicho, el segundo pilar del capital civil es el capital institucional, es decir, la estructura de las instituciones, tanto políticas como económicas, que prevalecen en un determinado país o región. Actualmente se sabe que es la calidad diferenciada del capital institucional la variable que determina principalmente las diferencias en el desarrollo económico de los países, cuando estos se caracterizan por dotaciones sustancialmente similares de capital físico y capital humano. En otro sentido, sin menoscabar la importancia perdurable de los factores geográficos-naturales y materiales, es un hecho que la estructura institucional de un país es, en la actualidad, el elemento que explica, por encima de cualquier otro, la calidad e intensidad del proceso de desarrollo de una determinada comunidad. El ejemplo más relevante de una institución política lo constituye el modelo de democracia implementado en un determinado país: elitista-competitivo, o populista, o comunitario, o deliberativo. En este sentido, en referencia al periodo de transición actual, el modelo de democracia elitista-competitivo, cuya teorización está asociada a los nombres de Max Weber y Joseph Schumpeter, ya no está en condiciones de garantizar elevadas tasas de desarrollo y ampliar los espacios de libertad de los ciudadanos. Es más bien el modelo de democracia deliberativa, la meta a alcanzar si se pretende que tiendan a crecer las reservas de capital civil de un territorio.

Por cierto, la democracia no puede basarse solo en los mecanismos de representación y protección de intereses. La vida democrática no se refiere solo a los procedimientos, sino que la definición de un espacio abierto de garantías y derechos para que lo que no pasa por la política no quede reducido a un nivel de residuo o algo que, como mucho, pueda tolerarse. Y esta es una razón fundamental para que la sociedad no sea el objeto de la política; sino más bien la finalidad a la que la política debe servir, con su órgano principal, el Estado, a la cabeza. El principio democrático –como es sabido– se rige sobre dos pilares fundamentales. Por otra parte, que todos los que estén directa o indirectamente influenciados por una decisión política, puedan, al menos en cierta medida, intervenir para determinar sus contenidos. Por otra parte, que los que, a través de las elecciones, hayan conseguido el poder para tomar decisiones, sean considerados responsables de las consecuencias que puedan derivarse, respondiendo ante los ciudadanos –es el denominado principio de imputabilidad personal de la actuación política.

Pues bien, si en un determinado territorio, las instituciones políticas, por la forma en que fueron diseñadas, no consiguieran dar alas a los dos pilares mencionados anteriormente, se produciría un deterioro del capital institucional de este territorio, y por tanto una disminución de sus posibilidad de desarrollo.

Debe reflexionarse sobre el significado de ese fenómeno, tan ampliamente extendido en la actuación política, conocido como “cortoplacismo” (short-termism). Los partidos políticos predisponen su propia plataforma electoral pensando en las próximas elecciones y no en los intereses de las generaciones futuras. Pues es esta la estrategia que se pone en práctica para intentar ganar la carrera electoral. Pero la política democrática es la visión de los intereses lejanos. La responsabilidad hacia las generaciones futuras es un asunto que, especialmente en el periodo actual, no puede eludirse. La naturaleza de la mayoría de asuntos relevantes tanto en el ámbito social como económico, hoy en día es tal que las decisiones que toman los gobiernos en base a un horizonte temporal de corto alcance casi siempre generan efectos negativos a largo plazo que repercuten en las generaciones futuras, pero ante las que aquellos (los gobiernos) no responden electoralmente. (De este modo empieza a derrumbarse el principio de imputabilidad). Por tanto, lo que crea el problema es la creciente disfunción entre las estructuras políticas diseñadas para el corto alcance y las consecuencias de estas estructuras.

El argumento —que actualmente vuelve a estar de moda bajo el empuje de tipo populista— según el cual el político no debe guiar al pueblo, sino que debe ser guiado por la opinión y las preferencias del pueblo, carece de una base sólida teniendo en cuenta que el pueblo expresa lo que quiere hoy, pero no lo que va a querer mañana. De ahí la visión miope de que parecen estar efectuadas la mayor parte de las decisiones políticas. De ahí también la paradoja por la que los contenidos de los programas electorales sean cada vez más generalistas y genéricos, mientras obtienen cada vez más espacio de actuación los expertos en técnicas de persuasión empleadas para capturar (y a menudo manipular) las preferencias de los electores. Es la deriva “economicista” de la concepción de la ciudadanía, vinculada a su vez al dominio de los lobbies económicos, en hacer que los ciudadanos sean inducidos a desempeñar un papel pasivo en el proceso democrático controlado por profesionales expertos.

Cuando las provisiones de capital civil son elevadas, los ciudadanos están más implicados en la participación en la vida comunitaria, de modo que las autoridades de gobierno locales se sienten vigiladas y así evitan ir buscando réditos y aplicando prácticas corruptas. Y no solo eso, sino que donde el capital civil es elevado, las preferencias políticas de los residentes tienden a privilegiar las líneas políticas que benefician a toda la población en lugar de aquellas que favorecen a algunos grupos a expensas de otros.

Ocurre lo contrario cuando el capital civil se mantiene en niveles bajos. En estas situaciones, la descentralización política, transfiriendo poderes y competencias desde el centro a las regiones, no hace más que aumentar las diferencias de desarrollo entre regiones. Que es precisamente lo que ha ocurrido en Italia, como confirma plenamente la rigurosa investigación empírica mencionada anteriormente. Este es un resultado importante que ya habían determinado T. Nannicini et. al. (“*Social capital and political accountability*”, *American Economic Journal*, 5, 2013), aunque fuera por otro camino, y que se ha vuelto a conformar con el estudio de G. Ponzetto (“*Social capital, government expenditure and growth*”, CREI, Barcelona, 612, Feb. 2014). La implicación práctica que se deduce de estos resultados es que no es suficiente que la política nacional se dedique a aprobar leyes contra la corrupción y el oportunismo de los burócratas sin pensar en cómo repartir la autoridad entre los distintos niveles de gobierno teniendo en cuenta las características específicas del capital civil de las realidades territoriales individuales. El de G. De Blasio y G. Nuzzo (“*Historical Traditions of Civicness and Local Economic Development*”, *Journal of Regional Science*, 50, 2010) es un importante estudio que confirma lo que se ha afirmado hasta ahora. Merece atención un punto en particular: la relación entre capital civil, en sus dos componentes de capital social e institucional, y desigualdades en la distribución de la riqueza.

Se constata que a más altos niveles de capital civil se asocian estructuras de distribución menos desiguales y por tanto que más favorecen el desarrollo.

2.3

El tercer componente esencial del capital civil es el capital cultural, entendido como el conjunto de creencias, tradiciones, costumbres y valores compartidos que rigen la interacción entre individuos y entre grupos sociales. Al estar destinado a establecer la identidad de un pueblo o una comunidad y a preservar las características diferenciadoras con respecto a los demás, la cultura es una variable endógena determinada por factores como la historia, la geografía y la tecnología. La matriz cultural no debe confundirse con el conocimiento, ya que no es posible cuantificarla empíricamente, ni es capaz de ser aislada analíticamente. También las instituciones (políticas y económicas) son una variable endógena y por tanto el problema fundamental, aun estando lejos de resolverse, es determinar si es el cambio institucional aquello que “nutre” la matriz cultural de una comunidad, o si la causalidad va en dirección opuesta. Desafortunadamente, todavía carecemos de una teoría que pueda decirnos cuál de las dos magnitudes se mueve más lentamente en el tiempo y cuál es la más resiliente.

Sin embargo, lo que sabemos es que el capital cultural (D. Throsby, “*Cultural Capital*”, *Journal of Cultural Economics*, 1999, 23) tiene que ver con los aspectos espirituales y relacionales de la conducta humana – que en esencia es el comportamiento humano más sus motivaciones. Como tal, la cultura tiene como objetivo educar a la mente, y forjar el carácter, más que permitir la adquisición de habilidades profesionales y técnicas, ya que de estas últimas se encarga la educación y la formación.

Al igual que todos los tipos de capital, también el capital cultural es una magnitud stock, que genera flujos de bienes y servicios dotados de valor. Al ser un stock, el capital cultural es objeto de acumulación por medio de inversiones específicas y su cantidad decrece si no se interviene para mantener su nivel. Hay que recordar que el rasgo característico del capital cultural es doble. Por un lado está la creatividad: es decir, deben tener lugar “invenciones” algo nuevo y no únicamente innovaciones. (La innovación sigue a la invención; no lo contrario). Por otro lado, está el simbolismo: la cultura auténtica siempre reviste un significado simbólico, comunicable virtualmente a todo el mundo y no solo al círculo que la generó.

Observemos ahora la incongruencia: mientras a los dos primeros pilares del capital civil se ha prestado y se sigue prestando cada vez más atención y recursos por parte de los investigadores y de las autoridades públicas – lo cual ciertamente es positivo – al componente de capital cultural se presta una atención mucho más modesta y esporádica. ¿Cuál es el origen de este desinterés generalizado? Una primera razón es que sigue prevaleciendo en la mentalidad actual la idea según la cual el capital cultural sería una especie de hecho natural, que como muchos debe conservarse correctamente, es decir como algo intrínseco a la constitución moral de los individuos que viven en una determinada región. Se trata de una idea no solo errónea, sino tendencialmente peligrosa. (Piénsese en Fichte que definía a los alemanes como “el pueblo del espíritu”). El hecho es que la matriz cultural necesita, estructuralmente, manifestarse en las constituciones, las empresas, la forma en que se organizan los mercados que posteriormente se consolidan como instituciones. (Demuestran haber comprendido el punto aquí planteado D. Acemoglu F., Gallego, J. Robinson en su reciente ensayo “*Institutions, humann capital and development*”. *American Review of Economics*, 31, 2104). Una segunda razón tiene que ver con el hecho de que aún carecemos de una métrica compartida para medir el capital cultural.

Como es sabido, nuestros sistemas de contabilidad nacional siguen centrándose en el PIB, la renta generada durante el periodo de un año. Pues bien, mientras la renta es una magnitud del flujo, la riqueza es una magnitud stock. En condiciones de estado estacionario – nos enseña la teoría económica – la medición en términos de flujo y en términos de stock llevaría al mismo resultado en lo referente a la medición del capital cultural. Pero fuera del estado estacionario vemos que el capital cultural contribuye a aumentar la riqueza de un país (o región) mientras que no ocurre necesariamente lo mismo con la renta. De ahí la incongruencia mencionada anteriormente. Y sin embargo, la inclusión cultural no es menos importante que la social y la económica. Es ya de dominio público que valores y disposiciones de ánimo como la propensión al riesgo, el espíritu empresarial, el concepto de trabajo, la confianza, la reciprocidad –siendo todos estos ingredientes imprescindibles para el buen funcionamiento de una economía de mercado– están estrechamente relacionados con la cultura imperante en un determinado entorno.

Cabe señalar que las culturas no son sistemas sustancialmente estáticos que en gran medida dependen de la tradición – como sugiere R. Putnam–. Son más bien sistemas plásticos capaces de adaptarse a los cambios del entorno, y el mismo tiempo de influir de vuelta, con sus nuevas configuraciones, sobre la sociedad. Esta es la propiedad morfogenética de la cultura de la que habla M. Archer (*Realist social theory: the morphogenetic approach*, Cambridge University Press, Cambridge, 1995).

3. ¿Cómo se incrementa la dotación de capital civil?

La pregunta que surge de forma espontánea en este punto es: ¿qué estrategia debe adoptar una comunidad (o sociedad) para fomentar la acumulación de su capital civil?. La propuesta de A. Roniger (La fiducia nelle società moderne, Rubettino, 1992) es concentrar la confianza en torno a experiencias y actores sociales concretos. Este es el llamado proceso de *focusing* o ajuste de enfoque, cuyo objetivo fundamental es permitir que los dos elementos básicos de la confianza –es decir, el reconocimiento mutuo de la identidad y el compromiso de no engañar ni traicionar– puedan desarrollarse como dones gratuitos al iniciarse el proceso. A este respecto, puede servir de ejemplo una cooperativa o una organización sin ánimo de lucro. En el mismo momento en que las personas deciden integrarse en dicho proyecto aceptan, al menos tácitamente, las normas sociales de conducta, y al hacerlo, desarrollan una disposición interior de respetar los acuerdos. De este modo hacen aumentar la capacidad de la organización para generar confianza. Con el tiempo, el proceso de *focusing* debería tender hacia la “confianza generalizada”, basada en imágenes de credibilidad más impersonales, marcando así el pasaje de una confianza interpersonal a una confianza institucional.

Si esto no ocurriera, entonces el resultado final será la afirmación del localismo: la formación de pequeños grupos autorreferenciales y el predominio de los intereses corporativos sobre los generales, con el consiguiente e inevitable desorden social. Pero entonces, ¿cómo actuar para alcanzar la confianza generalizada?

Nuestra respuesta es animar, interviniendo en el diseño institucional de la sociedad, y creando un espacio económico en que puedan expresarse libremente todas aquellas personas que ponen el principio de reciprocidad en la base de su actuación. La razón de ello es que –como se ha dicho– la economía civil no puede prescindir de la reciprocidad, que está en el centro del proceso de generación de la confianza. Solo quien práctica la reciprocidad merece recibir confianza, según se ha documentado de forma plena en la amplia evidencia experimental desarrollada por el análisis económico de la escuela behavioural a lo largo de los últimos veinte años. No es así para el oportunista. Al mismo tiempo, el homo reciprocans, ciertamente no el homo oeconomicus, tiende a dar confianza. Dos observaciones al respecto. En primer lugar, es importante no confundir confianza con reputación. Mientras esta última es un bien patrimonial, hasta el punto que las personas pueden invertir en reputación de forma específica, la confianza es más bien una relación entre personas.

Seguramente es cierto que hay bastantes sustitutos imperfectos de la confianza: la reputación es uno de ellos, como lo son los seguros, la supervisión, los incentivos, los procedimientos contenciosos. Sin embargo, nunca debería olvidarse que solo en casos especiales, el temor de algún daño al capital reputacional propio puede inducir a agentes económicos totalmente autointeresados a comportarse como si fueran dignos de confianza.

La segunda observación se refiere al contenido del principio de reciprocidad. Como sugiere S. Kolm (*Reciprocity: the Economics of Social Relations*, Cambridge, Cambridge University Press, 2008), la relación de reciprocidad puede ser vista como una serie de transferencias bidireccionales independientes entre sí, aunque estén interconectadas. La independencia implica que cada transferencia es voluntaria en sí misma, lo que supone que ninguna transferencia constituye un prerequisite para que se produzca la otra, del mismo modo que no existe ninguna forma de obligación externa en la mente del agente que realiza la transferencia. Este elemento distingue la reciprocidad del intercambio de equivalentes habitual, que también es un conjunto de transferencias voluntarias y bidireccionales, en que, sin embargo, cada transferencia constituye el prerequisite para la otra, hasta el punto que puede intervenir la ley para obligar a las partes a cumplir sus obligaciones contractuales.

Este no es el caso de la reciprocidad. En este sentido, no hay más “libertad” en la reciprocidad que en el intercambio de equivalentes. Por cierto, este es el punto crucial: la relación de reciprocidad no difiere del intercambio de equivalentes habitual solo porque es distinta la especificación de la relación de intercambio, es decir, el precio. La relación es distinta porque los agentes no están motivados para actuar solo por la perspectiva de un precio. El hecho de que, a posteriori, se establezca un cierto grado de equilibrio entre lo que se da y lo que se recibe solo es un vínculo de vialidad; el correspondiente precio que se establece a posteriori es relevante solo desde el punto de vista contable, pero no como base para explicar la conducta de los agentes. Por otro lado, la reciprocidad debe distinguirse del altruismo puro o la filantropía, que se expresan en transferencias aisladas y unidireccionales. En esencia, la reciprocidad, por así decirlo, se coloca en una posición intermedia entre el intercambio de equivalentes y el altruismo puro.

Estas observaciones nos permiten entender por qué, a diferencia del intercambio de equivalentes y del altruismo, la reciprocidad no puede explicarse en términos de una elección por el individuo para maximizar su función de utilidad, y ello incluso si el dominio de la función de utilidad se expandiera de manera adecuada para tener en cuenta los intereses del otro.

Tanto las disposiciones interiores como la facultad de relación del ser humano con sus semejantes son elementos constitutivos del concepto de reciprocidad. Lo que está en juego en la relación de reciprocidad no es simplemente el hecho de dar o recibir sino también el ser –la dimensión “del ser con”. Como tal, la reciprocidad es mucho más que una posible herramienta para prevenir ciertos tipos de fallos de mercado; es más bien una forma de promover niveles de interacción social que no pueden realizarse con los intercambios de mercado habituales, debido a que la naturaleza orientada al beneficio o bien orientada a la utilidad de estos últimos tiende a desplazar las motivaciones intrínsecas que subyacen en las interacciones sociales.

Esta es la razón de que la reciprocidad no sea un recurso escaso que por tanto deba ahorrarse. Es más bien una virtud cívica en el sentido atribuido a este término por la tradición intelectual de los humanistas civiles. Como nos recuerda Aristóteles, más que consumirse, es muy probable que las “provisiones” de reciprocidad se vayan incrementando a medida que se usan con mayor frecuencia. En su *Ética*, nos recuerda que las virtudes no son innatas, ni contrarias a la naturaleza. Estas se hallan en nosotros porque por naturaleza estamos predispuestos a recibirlas, pero somos nosotros quienes debemos perfeccionarlas y ampliarlas mediante su ejercicio sistemático a la creación de estructuras económicas específicas.

En vista de lo anterior, se comprende que un país o región que pretenda progresar debe saber equilibrar de manera armónica las instituciones económicas que solo aspiran al interés propio con aquellas otras instituciones económicas que se basan en la reciprocidad. Y sin embargo, no ha sido así, ni ahora tampoco lo es, porque en nuestro país tienen mucho más peso las organizaciones marcadas por el interés propio que las otras. Este desequilibrio debe corregirse urgentemente si se pretende superar seriamente el dualismo italiano persistente entre el Centro-Norte y el Sur. Debe tenerse en cuenta que el mecanismo de mercado ofrece a los agentes incentivos de distinta potencia para que puedan actuar en base a sus preferencias (por ejemplo, esto no incentiva para nada a quien pretende actuar en base a preferencias relacionales o sociales). Por eso es necesario que la estructura institucional de la sociedad no penalice aquellos cuyos sistemas de valores son contrarios al individualismo libertario – como en cambio ocurre actualmente. Debe observarse que esto es lo que exige el principio de libertad positiva, –la libertad de- según la cual un orden social aceptable es el que trata de manera imparcial las aspiraciones y los proyectos de vida de todos sus miembros, a los que no puede imponerse, de facto, aceptar determinadas reglas de conducta.

Pero lo exige sobre todo la consideración de que la evolución social siempre es influenciada favorablemente por la presencia de distintas reglas que salvaguardan el funcionamiento de los distintos ámbitos económicos, es decir, la biodiversidad de las reglas. Pues el célebre principio ricardiano sobre ventaja comparativa se aplica no solo al ámbito de la producción de bienes y servicios, sino también al ámbito de las instituciones económicas.

4. *A modo de conclusión*

Al final de su estancia de Venecia, J.W. Goethe escribió, en 1790, el siguiente epigrama: “Esta es la Italia que dejé. Siempre caminos polvorientos, siempre al afán por desplumar al extranjero, haga lo que haga. Buscas inútilmente la probidad alemana; aquí hay vida y animación, no orden y disciplina. Todo el mundo piensa solo en sí mismo y desconfía de los demás, y los gobernantes, también ellos solo piensan en ellos mismos”. (J.W. Goethe, *Venezianische Epigramma*, No. 4, Venezia, 1790). No hay que creer que el gran poeta alemán, que conocía bien Italia de norte a sur, acertara totalmente en su diagnóstico, ni que fuera generoso con nuestro país. Pero había comprendido un rasgo no secundario sobre las costumbres y la conducta de nuestro pueblo – un rasgo que en este ensayo ha quedado perfectamente enmarcado. Es precisamente en vista de esto que actualmente tiene sentido volver a hablar de economía civil. Porque esta línea de pensamiento – una línea exquisitamente italiana – permite a las distintas culturas locales tener la ocasión de convivir en armonía y no en conflicto. La sociedad industrial ha buscado y logrado la homologación, normalización, primero de los productos y después de los modelos culturales. La sociedad postindustrial, en cambio, exalta y favorece la diversidad. Pero si no se canaliza, la diversidad se convierte en ineficacia sistémica.

Ley y contrato ya no son suficientes – incluso si están bien diseñados - para garantizar un orden social capaz de hacer frente a los nuevos retos. Lo que se necesita es poner en marcha los recursos del homo reciprocans, ya que el homo oeconomicus, aunque tuviera buenas intenciones, no consigue resolver ninguno de los grandes dilemas de nuestros tiempos. Lo entendió, adelantándose mucho a su tiempo, Antonio Genovesi cuando en sus *Lezioni di Economia Civile* (1765), escribió homo homini natura amicus, en clara oposición al homo homini lupus de Hobbes – en expresión utilizada originariamente por Plauto.

Es grato terminar citando un pasaje de John Ruskin, un clásico de las ciencias sociales: “En una crisis severa, mientras están en juego tantas vidas y tanta riqueza, los economistas no son de ninguna ayuda. Se quedan prácticamente callados: no saben proporcionar solución científica alguna al problema, no pueden proponer nada que pueda convencer a las partes que se contraponen entre sí a calmarse”. (*Unto This Last*, 1862; traducción italiana *Cominciando dagli ultimi* – Empezando por los últimos, Milano, Vita e Pensiero, 2014). Quizás sea este el planteamiento en que pensó Vilfredo Pareto cuando, en una carta a Maffeo Pantaloní del 30 de abril de 1896, escribió: “Estoy cada vez más persuadido de que no hay un estudio más inútil que la economía política. Dime: ¿si nunca se hubiera estudiado esa ciencia, estaríamos en un estado peor del que estamos ahora?”

Toda nuestra economía políticas es realmente un vaniloquio”. Seguramente, si el gran Pareto, y sobre todo Pantaloní, hubieran comprendido el mensaje central de la economía civil y se hubieran abstenido de obstaculizarlo con todas sus fuerzas (y toda su influencia universitaria), ciertamente no se hubiera llegado a tanto cinismo y probablemente las ideas en economía hubieran tomado otro rumbo. Por lo que esta disciplina hubiera podido prestar un mejor servicio a la causa del desarrollo económico y del progreso civil de nuestros países.



La visión económica según el Papa Bergoglio

En tiempos en los que la humanidad demuestra mayores potencialidades pero tolera situaciones graves de desigualdad y humillación, Francisco busca “agitar las conciencias”.

Como era de esperarse, la publicación de la exhortación *Evangelii Gaudium*, el texto para la Jornada Mundial de la Paz del 1° de enero 2014 y el mensaje al *World Economic Forum* de Davos del 21 de enero 2014 suscitaron una imprecisa toma de posiciones, en gran medida no favorables. ¿Por qué? La cuestión es simple: al Papa no le preocupa identificarse con una línea de pensamiento en la que todos puedan encontrar un vestigio de su propio punto de vista. En todo caso, lo suyo es de carácter profético, pero de quien no pretende anticipar el futuro sino denunciar el presente. Un filósofo de las ciencias diría que el de Francisco no es un ejercicio de “ciencia normal” sino de “ciencia revolucionaria”, que propone un paradigma diferente al dominante. El fenómeno de la globalización y el de la tercera revolución industrial tornan urgente y necesaria una nueva actualización de principios y valores a la luz de las res novae de un mundo en rápida transformación. Este precipitarse de transformaciones obliga a reflexionar para elaborar y profundizar las intuiciones que Francisco presenta en su exhortación. El pontífice pretende agitar las conciencias frente al escándalo de una humanidad que, al tiempo que dispone de potencialidades cada vez mayores, no logra vencer algunas llagas estructurales que humillan la dignidad de la persona.

Nos llama a no detenernos en la errónea convicción de que las magníficas suertes progresivas de los mercados y de las finanzas puedan llevarnos, casi de manera determinista, a un futuro mejor. La economía no tiene un piloto automático y la tesis de Smith, según la cual una mano invisible armonizaría los egoísmos individuales en función del bien común, es válida bajo condiciones tan improbables que finalmente no se verifican en la práctica. La competencia, que aporta beneficios a los consumidores, no es el resultado natural de la interacción de las fuerzas del mercado sino que solo puede conseguirse con la labor antioligopólica de las autoridades.

Al Papa no le preocupa identificarse con una línea de pensamiento en la que todos puedan encontrar un vestigio de su propio punto de vista.

En este contexto la enseñanza social de la Iglesia ofrece una perspectiva que apunta a una economía inclusiva, sustentada en la justicia y en una cultura de la gratuidad. Con las enormes posibilidades de que se dispone gracias al progreso tecnológico y de las conciencias, nuestras sociedades pueden actuar mejor, mucho mejor, si son fieles a la idea de valorar la persona humana.

En esto tenemos que reflexionar en la vigilia de un momento importante como la conclusión en 2015 de la época de los *Millennium Development Goals* del comienzo de las definiciones de los nuevos *Millennium Sustainable Goals* que deberían indicar la dirección y los objetivos de los próximos años.

Bergoglio cuestiona los modos en los cuales la riqueza es generada y los criterios con los cuales es distribuida. Modos y criterios que un cristiano no puede dejar de someter al juicio moral.

¿Cuáles pueden ser los pilares de un pensamiento, a la luz de la Doctrina Social de la Iglesia, para entender el fenómeno de la economía capitalista de mercado tal como se presenta hoy? El Papa no se refiere a un modelo abstracto de economía de mercado tal como se describe en la mayor parte de los manuales de texto. Francisco demuestra haber comprendido bien que a partir de los últimos treinta años, luego de los efectos de la globalización y de la tercera revolución industrial, se verificó una inversión en la relación entre economía y política. En efecto, la economía se ha convertido en un fin y la política en un medio. No era así en los siglos precedentes cuando la política, en cuanto acción organizada responsable del bien común, señalaba los fines que la sociedad debía alcanzar y al mercado se le exigía buscar los medios más eficaces para alcanzarlo. El Papa parece proponer que se pongan las cosas en su sitio.

Consecuentemente surge la propuesta de buscar una salida a la sofocante dicotomía que enfrenta la tesis neoliberal (según la cual los mercados casi siempre funcionan bien y no necesitan intervenciones que los regulen) con la tesis neoestatista (que sostiene que los mercados casi siempre fracasan y que por lo tanto corresponde confiar en la mano visible del Estado). Precisamente porque los mercados, que son necesarios, a menudo no funcionan bien se requiere intervenir en las causas que llevan a esa situación, sobre todo en el ámbito financiero, antes que en sus efectos. Este es el camino que privilegia quien defiende la economía civil de mercado, ámbito en el cual parece moverse el Papa en sintonía con las enseñanzas de sus dos últimos predecesores.

El mercado no es solo un mecanismo para regular los intercambios. Es sobre todo un ethos que induce a cambios profundos en las relaciones humanas. Por ello la insistencia del Papa en el principio de fraternidad que tendría que encontrar un lugar adecuado en el funcionamiento del mercado y no fuera de él. Obsérvese que Bergoglio no ataca la riqueza en sí ni se declara a favor del pauperismo, como escribió algún observador apresurado. Por otra parte, ello sería incompatible con la idea cristiana de creación y con lo que Juan XXIII ya había precisado en la *Bula Gloriosam Ecclesiam*. El juicio se refiere más bien a los modos en los cuales la riqueza es generada y a los criterios con los cuales es distribuida.

Modos y criterios que un cristiano no puede dejar de someter al juicio moral.

Otro pilar del pensamiento de Francisco es la tesis conocida como “el efecto derrame”; tesis que se desprende del aforismo según el cual “una marea que sube eleva todas las embarcaciones”. Imagen utilizada, según parece, por el norteamericano Alan Blinder. Si se cree en ella uno no debería preocuparse por la distribución de réditos y riqueza ya que finalmente todos estarán mejor; lo importante es aumentar el tamaño de la torta. Si bien es cierto que las gotas de riqueza que caen hacia abajo favorecen también a los pobres, al considerar la perspectiva de la Doctrina Social de la Iglesia, la pregunta que debe plantearse es otra: ¿es moralmente aceptable que quienes están últimos en la jerarquía social, aunque puedan mejorar su posición, vean aumentar la distancia que los separa de quienes están arriba? Esto es lo que ha sucedido en el curso de los últimos treinta años.

En efecto, el Papa demuestra comprender lo que muchos observadores y estudiosos simulan no ver: que la pobreza absoluta y la desigualdad son dos cosas diferentes. La globalización ciertamente ayudó a disminuir la pobreza absoluta pero hizo crecer de manera preocupante a “los pobres relativos”, los que ganan menos de la mitad del rédito per cápita de la comunidad a la que pertenecen.

Por ello combatir la pobreza absoluta, lo cual está muy bien, no puede ser enarbolado como la solución frente a las desigualdades sociales. Mientras en el primer caso alcanza con intervenir en los mecanismos redistributivos (por ejemplo impuestos, filantropía, etc.), si se quieren reducir las desigualdades hay que intervenir en los mecanismos de producción. Y esto incomoda. ¿Por qué? Por la secreta (o mejor, mantenida en secreto) razón de que estorba a lo que Joseph Schumpeter (1912) llamó el verdadero motor del capitalismo: la “destrucción creadora”. El mercado capitalista debe “destruir”, es decir, eliminar empresas y personas para poder crecer indefinidamente. En los excluidos se pensará después, con programas asistenciales. La economía civil de mercado nunca podrá aceptar la darwiniana destrucción creadora que reduce las relaciones económicas entre personas a relaciones de cosas.

Y entonces, ¿qué se debe hacer? Hay muchas maneras de reaccionar frente a los desafíos del siglo XXI. Por un lado, lo que podríamos llamar el “fundamentalismo del *laissez-faire*”, que sostiene una transformación tecnológica por sistemas auto-regulados con la abdicación de la política y, sobre todo, la pérdida de una acción colectiva. No es difícil advertir los riesgos de autoritarismo que se derivan.

Por otra parte, está la visión neoestatista que postula una fuerte regulación por parte del gobierno. Se trata de revivir, incluso parcialmente racionalizadas, las áreas de intervención pública en la economía y en las esferas sociales. Resulta claro que así surgirían efectos no deseados que podrían llevar a verdaderos desastres en los países emergentes.

Por último, la estrategia más afín a la Doctrina Social de la Iglesia: la que tradicionalmente fue llamada *doctrina civilis* y luego *doctrina socialis* (León XIII). Son cinco los pilares en los que se asienta:

A El cálculo económico es compatible con la diversidad de comportamientos y de tipologías institucionales. Por lo tanto es necesario defender a las empresas más débiles para asegurar el futuro. Lo cual significa que el filtro de selección debe estar presente pero no ser demasiado sutil. El mercado global tiene que ser un lugar en el que las variedades locales puedan mejorarse, rechazando las visiones deterministas.

No debemos olvidar que la globalización nivela inevitablemente hacia abajo las instituciones que existen en cada país. Las reglas del libre intercambio chocan con la variedad cultural y consideran las diferencias institucionales como un obstáculo. Es esencial vigilar a fin de asegurar que el mercado global no constituya una amenaza a la democracia económica.

B La aplicación del principio de subsidiariedad a nivel internacional. Se exige que las organizaciones de la sociedad civil sean reconocidas y no autorizadas por los Estados. Dichas organizaciones deberían cumplir una función más importante que la mera advocacy o denuncia: tendrían que desempeñar un rol en el monitoreo de las actividades de las empresas multinacionales y de las instituciones internacionales. ¿Qué significa en la práctica? Las organizaciones de la sociedad civil tendrían que cumplir roles y funciones públicas. En particular, pudiendo ejercer presión sobre los gobiernos de los países más importantes para suscribir un acuerdo que no permita el imprevisto retiro de los capitales de los países en vías de desarrollo.

C Los Estados nacionales, en particular los que pertenecen al G8, deben encontrar un acuerdo para modificar las constituciones y los estatutos de las organizaciones financieras internacionales, superando el Consenso de Washington, creado en los años 80 después de la experiencia latinoamericana. Se requieren reglas que traduzcan la idea de que la eficiencia no se genera sólo con la propiedad privada y el libre comercio, sino también con políticas de competencia, con transparencia, con transferencia de tecnología, etc.

La aplicación de esta visión parcial y unilateral por parte del FMI y del Banco Mundial tiene como desafortunadas consecuencias el exagerado endeudamiento y el castigo financiero.

La falta de instituciones a nivel global hace que muchos problemas actuales sean difíciles de solucionar.

Debe recordarse que en una economía financieramente ahogada la presión inflacionaria marca una brecha entre los depósitos nacionales y las tasas de interés, obligando así a las empresas nacionales a pedir préstamos en el extranjero, mientras los ahorristas son tentados a depositar sus fondos en el exterior.

D

Las instituciones de Bretton Woods, la UNDP y demás agencias internacionales deberían ser presionadas por las organizaciones de la sociedad civil para incluir entre sus parámetros de desarrollo los indicadores de distribución de la riqueza humana, además de los indicadores que midan el respeto de las especificidades locales. Estos indicadores deberían ser considerados tanto en la elaboración de las clasificaciones internacionales como cuando se preparan planes de intervención de asistencia.

La presión debe ser ejercida a fin de obtener la aceptación de la idea de que el desarrollo merece ser ecuánime, democrático y sustentable.

La falta de instituciones (¡no de burocracias!) a nivel global hace que muchos problemas actuales sean difíciles de solucionar, en especial el ambiental. Mientras los mercados son cada vez más globales, el panorama institucional transnacional es aún el del mundo de postguerra. Se podrá objetar: ¿no hay suficientes tratados internacionales como contratos nacionales para regular las relaciones entre los individuos? La analogía puede llevarnos por mal camino, porque los contratos estipulados dentro de un país pueden ser aplicados por el Estado de esa nación, pero no existe una autoridad transnacional capaz de hacer respetar los tratados entre Estados.

En su conjunto, es difícil pensar cómo el actual estado de cosas pueda continuar. Mientras el mercado, en la gran variedad de sus formas, ya es global, la configuración de los gobiernos sigue siendo sustancialmente nacional o, al máximo, internacional.

Lo que se necesita es que las organizaciones gubernamentales internacionales estén constituidas por gobiernos nacionales (un ejemplo de red intergubernamental de reguladores nacionales es el Comité de Supervisión Bancaria de Basilea con representantes de 27 autoridades nacionales de vigilancia bancaria). Que no exista un único orden jurídico global y completo, y menos un gobierno global, no implica que sea imposible concebir regímenes reguladores globales constituidos por actores como las organizaciones intergubernamentales y las ONG que se ocupan de estos temas y de problemas que no pueden ser afrontados o resueltos solamente por gobiernos nacionales.

E

Finalmente, un rico tejido de experiencias no utilitarias debe ser creado para contar con una base que sirva para pensar modelos de consumo y, en términos más generales, estilos de vida que permitan establecer una cultura de reciprocidad. Para ser creíbles, los valores deben ser practicados y no solo expresados. Lo fundamental es que quienes acepten encaminarse hacia una sociedad civil transnacional sepan que deberán comprometerse para crear organizaciones cuyo *modus operandi* gire en torno al principio de reciprocidad.

Puede afirmarse, en conclusión, que la búsqueda de un modelo para humanizar la economía comporta una pregunta referida a las relaciones que habría que profundizar y saber responder adecuadamente si se quieren evitar importantes efectos colaterales. En efecto, el buen funcionamiento de un sistema económico depende del hecho de que ciertas concepciones y ciertos estilos de vida hayan alcanzado o no una posición dominante. Las conductas individuales están integradas en una red preexistente de relaciones sociales que no pueden explicarse como un simple vínculo, tal como los economistas tradicionales siguen sosteniendo. Más bien se trata de uno de los factores que impulsan para alcanzar los objetivos y las motivaciones individuales.

El papa Francisco es consciente de que el secularismo está tratando de dejar de lado al cristianismo en el discurso público para tornarlo intrascendente. Y reacciona con fuerza ante las tentativas del capitalismo global, entendido como modelo de orden social, para imponerse como una suerte de religión immanente.

El intento de no mostrar en toda su realidad la naturaleza religiosa del capitalismo global se da principalmente de dos maneras. Por una parte, las decisiones de contenido moral se presentan en términos técnicos (los derechos humanos fundamentales deben ser limitados por razones de eficiencia). Por otra, los temas técnicos con respecto a los medios (como la opción entre “más mercado” o “más Estado”) son presentados como si se tratara de cuestiones ideológicas. Esforzarnos por desenmascarar proyectos de esta naturaleza es una manera de demostrar la importancia intelectual y la capacidad de perspectiva de la Doctrina Social de la Iglesia en el mundo actual.

Agradecimientos

Este trabajo es resultado del compromiso que las organizaciones participantes tienen, no solo con la comunidad empresarial sino con la sociedad en general con un enfoque de valor compartido para generar nuevas formas de interacción basadas en la reciprocidad. Agradecemos la participación de:



Los desafíos del siglo XXI son muchos y diversos; se multiplican en un sinfín de aristas. Su origen y gestación conforman una historia que se extiende a lo largo de los últimos treinta años, con los efectos de la globalización y de la tercera revolución industrial como aceleradores de cambios profundos.

Estos fenómenos han hecho que la economía tienda a convertirse en un fin en sí misma, más que un medio al servicio de las personas y la sociedad, y a la vez, que la política se vuelva un medio de esa concepción económica.

Ahora, el planteamiento debe ser revertir esta situación y, en lo que atañe al ámbito de la iniciativa privada, comprometernos a desarrollar organizaciones e instituciones cuyo *modus operandi* gire en torno a principios de reciprocidad y responsabilidad social.

No es una tarea sencilla; exige compromiso y conocimiento. El primero se está adquiriendo y cada vez vemos a más organizaciones que asumen como necesidad y obligación esa responsabilidad frente a su entorno. Sobre el segundo –el conocimiento–, las organizaciones que participamos de una u otra forma en este trabajo nos hemos comprometido a difundir nuevas visiones, estrategias y prácticas para contribuir a alcanzar objetivos trascendentes; metas que no sólo tienen que ver, por ejemplo, con la erradicación de la pobreza absoluta, sino inclusive con una mejor distribución de la riqueza, alineada a una perspectiva de bien común.

El material que se presenta en esta publicación reúne varias perspectivas con esta orientación, que seguramente muchos de ustedes ya conocen. Nuestro propósito, y contribución central, es abordarlas desde una visión sistémica, para incrementar el potencial y fortalecer la capacidad, la articulación y la eficiencia de las acciones que debemos emprender.

Gerardo Gutiérrez Candiani

Presidente del Consejo Coordinador Empresarial (CCE).



D. R © En trámite. Confederación de las Uniones Sociales de Empresarios de México, A. C. Queda prohibida su reproducción total o parcial mediante ningún sistema o método, electrónico o mecánico (INCLUYENDO EL FOTOCOPIADO), la grabación o cualquier sistema de recuperación y almacenamiento de información, sin consentimiento por escrito de la Confederación USEM, A. C.

MÉXICO, Confederación USEM, A. C.
Confederación de las Uniones Sociales de Empresarios de México, A. C.
Dirección General
Coordinación de Formación
Primera Edición, México, USEM, 2015