

# El proyecto de una economía personalista\*

LUK BOUCKAERT

Revista Cultura Económica  
Año XXVI • N° 71 • Mayo 2008: 8-19

No es posible hablar en realidad de una escuela de economistas personalistas. Además, existe una amplia distinción entre la filosofía económica de los personalistas y el contexto matemático de la ciencia económica. Desde la década de 1930, filósofos como Alexandre Marc, Jacques Maritain, Emmanuel Mounier y muchos otros han estado buscando, sobre la base de una visión personalista del hombre, un 'tercer camino' entre el capitalismo individualista y el socialismo estatista,<sup>1</sup> pero raramente hubo interés del lado de los economistas científicos. Afortunadamente hubo notables excepciones. François Perroux, Kenneth Boulding, Ernst Schumacher, Serge Christophe Kolm y Amartya Sen son economistas que, de diversas formas, han intentado acortar la brecha entre la visión personalista del hombre y la racionalidad económica. Al realizar una crítica inmanente de algunas de las suposiciones económicas estándar, abrieron un camino hacia una economía normativa claramente diferente de una economía puramente positiva así como de la economía del bienestar de Pareto. Se pueden asignar diversos nombres a estos intentos: economía humanista (Mark A. Lutz), socio-economía (Amitai Etzioni), economía moral (Sen y otros). En este artículo interpretaré estos intentos como iniciativas en la dirección de una economía personalista. También situaré la investigación actual en 'economía y ética', la cual se está convirtiendo en parte de la corriente dominante del pensamiento económico, y que ha recibido reconocimiento oficial con el reciente otorgamiento del premio Nobel a Sen, dentro de esta tendencia hacia una economía más personalista.

La atención a los sentimientos morales, a los derechos humanos, a los motivos altruistas, a la justicia y la solidaridad, a las organizaciones sin fines de lucro, etc., contribuye a situar el problema económico en un área donde la economía, la política y la ética ya no funcionan como tres dominios distintos, sino donde su interacción es central.

Sin embargo, ¿se incluye esta economía interactiva en una forma de pensar personalista? ¿No es más atractiva una teoría de sistema generalizada? La teoría de sistema posee un enfoque diferente de la economía personalista. La teoría de sistema considera los axiomas de equilibrio del sistema y de crecimiento sustentable como el último horizonte, mientras que un personalista los ve simplemente como condiciones importantes para una buena sociedad y una buena economía. Sin importar qué tan refinada sea, la teoría de sistema ve a la persona desde un punto de vista externo, mientras que el personalista se refiere a la experiencia interna de la libertad humana y del sentido como aspectos que trascienden y regulan la funcionalidad del sistema.

Se podría objetar que los economistas neoclásicos no utilizan la teoría de sistema como su punto de partida. En su visión, el equilibrio del sistema es el resultado del comportamiento de maximización de beneficios de los individuos. Estos individuos determinan subjetivamente cuáles son sus preferencias y luego actúan en consecuencia. ¿No es suficiente esta apertura a un actor libre, que maximiza los beneficios —donde existe lugar para preferencias materiales e inmateriales, egoístas y altruistas— para hablar de una economía personalista?<sup>2</sup> Si esto

fuera cierto, entonces el discurso del personalismo sería más o menos superfluo.

Tomando la expresión 'economía personalista' para referirme a una economía normativa que no simplemente reconstruye el problema de la distribución eficiente de los beneficios como un problema individual o social, sino, en primera instancia, como un problema de dignidad humana y justicia social. Reducir el problema de la elección humana a un problema de beneficios subjetivos es, en sí mismo, una posición normativa con amplias consecuencias. Tan pronto como uno se da cuenta de esto, no existe razón para excluir otras suposiciones normativas, tales como las personalistas.

Como la economía personalista no es una escuela, no existe un conjunto sistemático de suposiciones estándar reconocidas. Sus formulaciones son mayormente vagas e intuitivas. Para impulsar un enfoque más sistemático, se formularán aquí cuatro supuestos exploratorios. Para que sean representativos de un enfoque personalista de la economía deberán cumplir al menos dos condiciones fundamentales. Deben ser expresiones de una visión que defiende a la persona humana contra todas las formas no razonables de instrumentalización en la vida económica. En otras palabras, los supuestos deben pasar la prueba del imperativo categórico kantiano. En segundo lugar, deben tener suficiente anclaje socio-histórico. Deben ser históricamente relevantes. Esto concuerda con la concepción de Maritain del personalismo como "idéal historique concret" (1936). La relevancia histórica significa que los supuestos son la expresión de una dinámica histórica reconocible y efectiva.

Los siguientes cuatro supuestos son, en mi opinión, representativos de un proyecto de economía personalista históricamente relevante. Pueden encontrarse en diversos lugares en las obras de filósofos y economistas personalistas:

1. Las necesidades básicas de un ser humano no necesitan coincidir con sus preferencias subjetivas. Responder a estas necesidades básicas debe ser la primera norma de bienestar en una economía que apunta al desarrollo de cada persona, incluyendo a toda la persona.

2. El compromiso ético es una fuente importante de comportamiento económico in-

novador y creativo. Como resultado, el *homo economicus* debe ser modelado no sólo como un ser calculador, sino también como un ser reflexivo que busca significados.

3. El mercado es un sistema social compuesto por relaciones de libre intercambio. Para ser sustentable, este libre intercambio no debe descansar sólo en la ventaja mutua sino también en la confianza mutua.

4. Una compañía es una comunidad de personas que invierten cooperativamente en el logro de un proyecto significativo y rentable. Una ética de negocios personalista se esfuerza por lograr formas reales de democracia y participación económicas.

Esta lista no pretende ser exhaustiva, sino representativa de una economía personalista. Las necesidades básicas, el compromiso, la confianza mutua y la democracia económica se presentan aquí como conceptos que poseen tanto un contenido ético (no-instrumental) como económico (instrumental). Sin este doble significado, no pueden pasar la prueba doble del imperativo categórico y de la relevancia histórica. En la conclusión volveré a la pregunta de si este doble carácter no es contradictorio. Examinemos primero los cuatro supuestos.

## **1. Necesidades básicas y preferencias subjetivas**

Según Perroux, una de las condiciones mínimas que se puede esperar de una actividad económica eficiente es que cubra el costo humano. Cuando J. Lebreton trabajó como capellán entre los pescadores bretones, descubrió muy rápidamente que la industrialización de las pesqueras llevaba no sólo a amenazar la forma de vida del pescador de pequeña escala, sino también a la destrucción de la cultura y la solidaridad existentes en la comunidad. Las ventajas económicas resultantes de una 'economía de escala' casi no tomaban en cuenta los costos en términos de pérdida de valores comunitarios, empleos locales, estabilidad familiar, satisfacción laboral, etc. Luego de visitar varios países del tercer mundo para las Naciones Unidas en la década de 1950, Schumacher llegó a la conclusión de que las operaciones industriales de gran escala en el tercer mundo a menudo son contraproducentes

ya que al transferir los 'costos externos' a la comunidad, no cubren ellos mismos los costos ecológicos y humanos. Actualmente las personas son muy conscientes de los costos ecológicos, y se realizan modestos esfuerzos para interiorizarlos. Pero en una economía humanitaria no sólo los costos ambientales son significativos, sino también los costos morales que resultan de cambios rápidos tales como la desestabilización de las familias, la pérdida del respeto por uno mismo debido al desempleo, el empobrecimiento de las relaciones humanas, etc. Daly y Cobb (1990) resumen esta visión global de los costos en el título de su nuevo libro, *For the Common Good: Redirecting the Economy towards Community, the Environment and a Sustainable Future*.

Para calcular el costo humano en una forma no arbitraria, debe haber al menos una apelación implícita a una teoría de las necesidades humanas. Esta apelación puede tomar muchas formas. Los economistas neoclásicos interpretan todas las necesidades, deseos y valores como variantes de las 'preferencias subjetivas'. Como señala Schokkaert (1991), es un error asumir que la economía neoclásica no considera los valores no-duros, las necesidades altruistas, los objetivos ecológicos o incluso los valores esenciales. El *homo economicus* no es necesariamente egoísta. Puede igualmente ser un altruista o un ecologista que intenta lograr sus preferencias específicas. El único requisito es que actúe racionalmente, es decir que ordene sus preferencias en forma consistente y que las logre de la mejor forma posible.

¿Puede reducirse la crítica ética a la economía neoclásica a un malentendido? Quizás en parte. Sin embargo, el *homo economicus* 'expandido' no es lo mismo que el *homo moralis*. Uno de los puntos cruciales y discutibles en la concepción neoclásica sigue siendo la reducción *a priori* de las necesidades a preferencias (Lutz, 1988; Vandeveld, 1990). O, en otras palabras, la unión de la satisfacción de necesidades humanas con la maximización subjetiva de beneficios. Esto es menos inocente de lo que parecería en primera instancia. Por ejemplo, uno puede estar tan mal alimentado intelectualmente que puede incluso no tener ningún deseo de superar su propia ignorancia o analfa-

betismo. ¿Debemos concluir a partir de esta falta de preferencia que no se puede hablar de una necesidad básica de educación? El fenómeno opuesto también existe. Algunas personas nunca tienen suficiente y cultivan deseos y antojos irrazonables. Nadie estaría tentado de interpretar estas preferencias excesivas como la expresión de necesidades básicas. Nadie afirmaría, en los casos de distribución, que las preferencias excesivas de quien nunca tiene suficiente deberían tener prioridad sobre las preferencias inexistentes del fatalista patético. Es difícil aceptar las preferencias reales como punto de partida para una distribución justa de los recursos.

Una economía humana distingue las necesidades básicas de las 'preferencias subjetivas'. Las preferencias son construcciones individuales y sociales que expresan, intensifican y transforman las necesidades básicas, y en ciertos casos las suprimen y obstruyen. Las necesidades básicas, por el contrario, son precondiciones necesarias para el funcionamiento humano en una comunidad histórica y culturalmente determinada. Desde un punto de vista político, uno puede traducir estas necesidades básicas en derechos que se pueden reclamar sobre la base de la dignidad humana. Como señala A. Sen (1985) los derechos pueden considerarse como objetivos de la actividad económica. Esta economía de derechos humanos difiere de la economía neoclásica del bienestar en que considera que el criterio de eficiencia de Pareto es una norma de bienestar necesaria pero insuficiente.

La objeción clásica al enfoque de las necesidades básicas es que no existe consenso acerca del contenido de las mismas. Lo que una persona experimenta como una necesidad básica, según este argumento, depende precisamente de sus preferencias individuales. Existe un elemento de verdad en esto. No se pueden separar las necesidades básicas de las aspiraciones subjetivas de un individuo, pero esto no significa que las necesidades deban reducirse a dichas aspiraciones. Sen (1985) ha intentado, con su concepto de 'capacidades', encontrar un camino medio entre la utilidad subjetiva y la necesidad objetiva. Las 'capacidades' expresan la capacidad de una persona de responder a sus necesidades básicas. Lo que es más importante aquí no es la satisfacción real de

las necesidades ni los medios disponibles, sino la posibilidad concreta –tanto subjetiva como objetiva– de vivir libre y autónomamente. Poner en práctica el concepto de Sen sigue siendo una tarea difícil pero no imposible (Schokkaert y Van Ootegem, 1990). Era también una ambición de J. Lebrét, en su obra *Dynamique concrète*, encontrar una técnica de entrevista que hiciera visibles y conscientes las necesidades básicas de una población concreta. Del mismo modo, los indicadores sociales utilizados por el Banco Mundial y las Naciones Unidas para describir la expectativa de vida, la educación, la salud, la dieta, etc., pueden ser útiles como estándares generales para necesidades básicas.

La distinción entre necesidades básicas y preferencias subjetivas tuvo un rol central en el proyecto de una economía personalista apoyado por el *Ordre Nouveau* en la década de 1930. *Ordre Nouveau* era una publicación y foro para personalistas, fundado por Alexandre Marc y apoyado por R. Aron, A. Dandieu, Denis de Rougemont, Daniel Rops y otros. Si bien la publicación sobrevivió unos cinco años (1933: 38), el personalismo federalista de A. Marc continuó desarrollándose dentro del CIFE (Centre International de Formation Européenne, Niza, Francia). La idea de Marc era organizar la economía en dos sectores claramente distinguidos. Por un lado, el sector ‘imperativo’ que, como sector organizado públicamente, debería asegurarse que se cubrieran las necesidades sociales básicas. Cada ciudadano debería realizar ‘servicio comunitario’ y contribuir así con la economía básica, recibiendo a cambio un ingreso mínimo garantizado. Por otra parte, habría un sector libre en el cual la producción ocurriría sobre la base de asociaciones libres y que apuntaría a responder a las preferencias subjetivas de las personas. En el sector libre, el ciudadano podría desarrollar su creatividad. Esta división institucional entre un sector obligatorio y uno libre de la economía se correspondía con la división entre trabajo como labor y trabajo como autoexpresión creativa. Aunque esta propuesta nunca se concretó en su forma pura, una cantidad de ideas, tales como el servicio comunitario y el ingreso básico garantizado, han seguido provocando inspiración (Mireille Marc-Lipiansky, 1997; C. Roy, 1993).

Pero existe más. No sólo de pan vive el hombre. También lucha por la verdad, la belleza y el bien. Para todos los personalistas, son estos deseos por valores ‘trascendentales’ lo que más distingue a los humanos de otros seres biológicos y los hacen auténticas personas. El desarrollo integral de la persona humana presupone un ordenamiento balanceado de necesidades materiales, sociales y metafísicas. Esto no implica que dicho ordenamiento balanceado sea cognoscible o definible *a priori*.

En la mayoría de los casos, podemos descubrir este ordenamiento *a posteriori* sobre la base de efectos externos negativos que nos fuerzan a reestructurar nuestras preferencias. Quien ignore la solidaridad humana descubrirá necesariamente que el costo humano de esto sube muy rápidamente. De esta forma, una persona o comunidad pueden encontrar un nuevo equilibrio a través de un doloroso proceso de aprendizaje. La experiencia de un equilibrio entre necesidades variadas apunta en dirección a una teoría de la satisfacción de las necesidades humanas más compleja que la teoría neoclásica de optimización de las preferencias subjetivas.

Un ejemplo de esto es el intento realizado por Lutz (1988) para brindar esta alternativa sobre la base de la psicología humanista de Maslow. Según Maslow, existe una jerarquía entre las diferentes necesidades, con las necesidades materiales en la base de la escala (alimento, vestido y albergue). En tanto no se cubran estas necesidades, el comportamiento está determinado por el instinto de supervivencia. En palabras de Maslow, “las personas viven sólo por el pan, cuando no lo hay”. El segundo paso es la necesidad de seguridad y certeza. Cuando estas necesidades han sido suficientemente cubiertas, existe lugar para las necesidades sociales superiores como el respeto, la devoción y la amistad. Los sentimientos altruistas pueden tener más peso aquí. El nivel más alto se alcanza cuando uno es capaz de descubrir los valores intrínsecos de las cosas y las personas, entonces se buscan valores tales como la belleza, la verdad y el bien por sí mismos y no ya por consideraciones utilitarias. La pregunta crucial es si este desarrollo en realidad se produce tan automática y directamente como Maslow parece creer.

Lo que es interesante, sin embargo, es que Maslow ubica la satisfacción de las necesidades en una perspectiva evolutiva. Además, se respeta la dualidad entre necesidades superiores (la lucha por valores intrínsecos) y necesidades inferiores (la lucha por valores instrumentales). Este “ser dual” o “l’homme pluridimensionnel” (Kolm, 1986), no puede ser incluido en la lógica unidimensional del *homo economicus*.

En el modelo de Maslow, el peligro del dualismo nunca está muy lejos: es una separación entre necesidades superiores e inferiores en la cual la lógica económica sólo es aplicable a las inferiores. Esto es un poco inocente, ya que la satisfacción de las necesidades superiores siempre está relacionada con la distribución de recursos limitados tales como tiempo, energía y presupuesto. Y lo que es más fundamental, dado que las necesidades superiores operan como meta-principios en el ordenamiento de nuestras preferencias y relaciones inferiores, el modelo de Maslow brinda poca comprensión acerca de esta dialéctica más interna entre necesidades superiores e inferiores. Los ascetas darán mucha más prioridad a las necesidades superiores, los materialistas a las inferiores. Uno puede reducir este conflicto a la diferencia en la selección de preferencias. Tanto los ascetas extremos como los materialistas extremos actúan en forma perfectamente racional, dada su escala de preferencias, aunque éstas pueden llevar eventualmente a una completa autodestrucción. En un modelo personalista, existe una norma de razonabilidad que permite que esta autodestrucción ‘racional’ sea considerada como irracional, debido a que está en conflicto con la concepción histórico-reflexiva del equilibrio humano y del desarrollo humano.

La economía del bienestar y la economía personalista no necesariamente se excluyen mutuamente, (ni tampoco necesariamente se incluyen mutuamente). Al señalar la distinción entre necesidades básicas y preferencias, el límite entre ambas se vuelve más visible. La finalidad de la economía del bienestar es el máximo logro de las preferencias. El objetivo de la economía personalista yace en el desarrollo completo de la persona humana. En forma más concreta, esto significa crear las condiciones necesarias,

tanto materiales como inmateriales, que conduzcan a una vida humana equilibrada. La determinación de estas condiciones es, para un personalista, objeto del diálogo y la reflexión comunales. Por supuesto, los bienes materiales y sociales son la primera precondition, pero no son suficientes. Los bienes trascendentales son también necesidades humanas básicas. Incluso más que con las necesidades materiales, las preferencias subjetivas de bienes trascendentales pueden moldearse o distorsionarse, activarse o reprimirse.

En este nivel deben reconciliarse dos preocupaciones opuestas. Por una parte, la libre elección y un ordenamiento personal de las preferencias son esenciales para responder a nuestras necesidades trascendentales. Por la otra, el deseo de valores trascendentales sólo puede desarrollarse si existe un entorno cultural y educacional rico. No es un accidente que los personalistas presten tanta atención a la educación, a la capacitación y a una vida rica en sociedad. Este entorno, en el que pueden florecer virtudes como la amistad, la responsabilidad, el sentido de justicia y la sensibilidad artística y religiosa, requiere de una disciplina social que deriva su legitimidad de una visión de la naturaleza humana que hace justicia a la estructura compleja y dialéctica de las necesidades humanas.

## 2. Sentido y compromiso

Es suficientemente sabido que las extrapolaciones y predicciones realizadas por los economistas a menudo se ven contradichas por los hechos. Uno puede intentar hacer frente a esta desventaja introduciendo más variables en los modelos de optimización. Esto puede ser un remedio de algún tipo, pero la forma en que las personas, a veces en forma inesperada e impredecible, alteran su ordenamiento de preferencias, sigue siendo un enigma. La experiencia muestra que la frustración, la desilusión, los sentimientos de desesperación, la profunda tristeza, etc., acumulados, pueden hacer surgir una aguda crisis moral o espiritual. Lo que es más, a menudo son los efectos inesperados e impredecibles de nuestro comportamiento racional los que nos arrojan en la

confusión. Una situación de crisis puede instalarse en un individuo, en un grupo social, en una institución o en toda una cultura. Una situación de crisis siembra duda, incertidumbre, falta de motivación y pone en movimiento un proceso de reflexión. Esta reflexión no es tanto acerca de la utilización óptima de los medios, sino más bien acerca del significado de nuestras preferencias. ¿Qué ha salido mal? ¿Cuál es el origen de nuestro descontento interno? ¿A dónde intentamos llegar? ¿Qué tipo de proyecto motivará una vez más a nuestra comunidad?

Este proceso de reflexión acerca del significado, que se impone a sí mismo en las crisis pequeñas y grandes, es de naturaleza diferente del pensamiento calculador. Dicha fase reflexiva involucra la formación de nuestra identidad: ¿quién quiero realmente ser como persona? O: ¿qué tipo de compañía queremos ser? Cuando la pregunta por el significado está orientada hacia el futuro, apela a la imaginación moral: ¿cuál es una visión significativa del futuro? En una época de cambio rápido y permanente en la cual los efectos utilitarios son más y más difíciles de predecir, la pregunta por la propia identidad y la visión de futuro se vuelven cada vez más importantes. Restringir la racionalidad del comportamiento económico al cálculo de eficiencia es, en dicho contexto, un empobrecimiento, porque deja de lado la experiencia de la pérdida de significado y de la creación de significado. Al reducir el problema del significado a uno de distribución eficiente, existe también el riesgo de que el descontento interno crezca. Lo que se necesita es imaginación moral para formar una nueva y plausible visión de futuro (y, por tanto, un ordenamiento de preferencias radicalmente diferente). Sólo entonces puede la incertidumbre moral convertirse en identidad y fortaleza morales.

Es interesante vincular este problema del significado con la teoría (dinámica) de las necesidades básicas. Es precisamente en el proceso de la creación de significado donde el conflicto entre valores inmateriales y materiales se vuelve más claramente visible. Una crisis en el ordenamiento de preferencias existente priva al sujeto calculador de su control sobre la situación. Para restablecer su identidad y perspectivas futuras, el sujeto debe ser capaz de volverse hacia un sistema

de valores subyacente, posiblemente reprimido. Esta conexión más profunda con los valores no es una mera elección racional en el sentido de un análisis racional de costo y beneficio. Es una elección en el sentido de una conversión y compromiso internos.

Se ilustra esta distinción entre compromiso y elección racional con el siguiente ejemplo: “Si saber acerca de la tortura a otros lo enferma a uno, es un caso de compasión; si uno no se siente personalmente perjudicado, pero piensa que está mal y está dispuesto a hacer algo para detenerla, es un caso de compromiso” (1977: 92). El comportamiento basado en la ‘compasión’ está dirigido hacia la satisfacción de las propias preferencias “ya que uno mismo se siente complacido con el placer de otros y sufre por el dolor de otros”, mientras que el comportamiento basado en el ‘compromiso’ no se refiere necesariamente a las propias preferencias. Dentro del marco de la elección racional, la acción es considerada en forma instrumental, en función de la realización de la propia preferencia altruista. En el caso del compromiso, la motivación ya no es instrumental. Quien desinteresadamente dedica la propia vida a la justicia, apunta a algo diferente de la satisfacción de una preferencia altruista. Él o ella lo hacen por la justicia misma, no (al menos no primariamente) como un medio para un fin extrínseco tales como la felicidad personal o el prestigio. Un verdadero artista no utiliza el arte como un medio para satisfacer sus propias preferencias artísticas. Más bien lo inverso es lo que generalmente sucede: las preferencias artísticas son el resultado de una fascinación más original con lo que se manifiesta en el arte. El compromiso surge a través de un apego no instrumental con algo que se presenta como intrínsecamente significativo. Este apego original introduce un nuevo ordenamiento y relevancia en nuestras preferencias. Un artista ordena sus preferencias en forma diferente que un no-artista. Un místico estará apegado o desapegado a diferentes preferencias que una persona que no posee sentimientos religiosos. Varios economistas han centrado su atención en estos meta-procesos, mencionando al respecto la distinción entre preferencias y meta-preferencias (Vandeveldt, 1990). Las meta-preferencias sugieren, sin

embargo, que es sólo una cuestión de preferencias de orden superior; mientras que el 'compromiso' pone en claro que existe una diferencia esencial entre la estructura instrumental de una preferencia y la estructura no-instrumental de un compromiso. Otra forma de expresarlo es decir que el compromiso apunta a señalar una identidad, una forma de ser; mientras que la satisfacción de las preferencias apunta a producir una ventaja.

Regresemos al *homo economicus*. Cuando el significado se integra como un componente del pensamiento económico y la acción, el *homo economicus* adquiere un perfil personalista.<sup>3</sup> Se reconoce entonces al actor económico en su actividad económica como un buscador reflexivo de significado. Este modelo personalista tiene una doble ventaja. Ofrece una mayor comprensión acerca del proceso a través del cual cambian las preferencias, y en particular acerca del fenómeno de la crisis espiritual como un catalizador del cambio. Pero existe también una ventaja a nivel normativo. La reducción del *homo economicus* a un calcular que busca optimizar lleva a una situación en la cual los sentimientos morales fácilmente se instrumentalizan, y pierden así su fuerza normativa original y quedan reducidos a medios en un esquema de optimización. Esto no sólo está en conflicto con nuestras intuiciones morales, sino que también resulta ser auto-destructivo para una acción económica eficiente. La confianza puramente calculadora no es confianza en absoluto, sino que sólo crea sospechas y oportunismo. La confianza altruista requiere un tipo de compromiso tanto del lado de quien confía como del lado de quien recibe la confianza. En un contexto donde se cultivan en forma continua el pensamiento y la acción instrumentales, el acceso a una experiencia de valor intrínseco se vuelve más difícil y disminuye la voluntad de dar prioridad a algo más. En un mundo así, la confianza espontánea se ve amenazada.

### **3. Confianza mutua y la economía de mercado**

La crisis económica de la década de 1930 alteró el escenario socio-económico. Las fallencias del gobierno unidas a una economía

de convenios colectivos que descendía en una espiral inflacionaria han contribuido, desde la década de 1980, a un mayor reconocimiento del mercado como un principio ordenador social. En realidad, existe una desregulación en algunas áreas, en otras una regulación cambiante, y en nuevas áreas tales como la ecología, una mayor regulación. Esta búsqueda de un nuevo equilibrio entre el gobierno y el mercado es primariamente una cuestión pragmática.

Más interesante que el tema del equilibrio entre el mercado y el gobierno son los significados cambiantes en el discurso acerca del mercado. El enfoque económico convencional considera el mercado como el punto de encuentro de un grupo anónimo de consumidores y proveedores, donde el mecanismo de precios (asumiendo una competencia pura) conduce a la más eficiente producción y distribución de bienes y servicios. El eje de esta concepción es el análisis walrasiano de equilibrio. Los libertarios y los teóricos del contrato social, sin embargo, enfatizan un aspecto completamente diferente del mercado. Citando al ganador del premio Nobel, James Buchanan, "los mercados son básicamente instituciones políticas, y sirven para permitir a las personas interactuar voluntariamente unas con otras sin una supervisión detallada del estado. Los mercados no deberían nunca haber sido evaluados primaria e instrumentalmente por su capacidad como instituciones para maximizar el placer sobre el dolor, o incluso para maximizar cualquier otra cosa que sea comparable entre personas" (1985: 20).

Un conjunto de individuos que buscan utilidades no constituye aún un mercado. La visión política del mercado enfatiza que un mercado sólo puede funcionar cuando los derechos de propiedad, la libre competencia y el respeto a los contratos están legalmente regulados y protegidos. El mercado es un espacio contractual. Los análisis de equilibrio de la teoría del juego reemplazan el pensamiento mecanicista. Pero es precisamente la teoría del juego la que ha descubierto que en situaciones de incertidumbre, el comportamiento competitivo del mercado no siempre conduce a resultados óptimos. Un mercado eficiente requiere de cooperación y confianza mutuas. En

las palabras del reconocido economista del bienestar K. Arrow: “una de las características de un sistema económico que funciona bien es que las relaciones de confianza entre las partes deben ser lo suficientemente fuertes como para que uno no pueda engañar al otro, incluso si eso puede constituir un ‘comportamiento económicamente racional’” (Citado en Gui, 1987).

Cuando la desconfianza se vuelve demasiado grande, no puede existir ninguna base para un contrato durable, en el sentido político o económico. La libre competencia presupone un consenso compartido con respecto a las reglas del juego, así como suficiente confianza en que el otro no se propone engañar. Cuanto menos transparente es la situación y cuanto mayor es la desconfianza mutua, más difícil será realizar transacciones económicamente eficientes. Para ganar confianza, entonces, las instituciones económicas se preocuparán por su reputación social. Ellas exigen integridad personal de sus miembros e intentan vincular moralmente a las personas con la institución a través de regalos y otros símbolos de estima. Antes o después de una transacción económica importante, a menudo se produce una comida o alguna otra ceremonia que refuerza la calidad de la relación. En *The Gift Economy*, Cheal (1988) señala que la función primaria de los regalos es promover las relaciones sociales y reforzar la confianza mutua.

La expansión del mercado a muchos ámbitos de la vida que estaban previamente protegidos de la influencia del intercambio no carece de consecuencias morales.<sup>4</sup> Un resultado es que un ordenamiento sobre la base de valores compartidos que se daban por sentados está siendo reemplazado, más y más, por posibilidades individuales de elección. El mercado individualiza y privatiza valores y elecciones. Luego de un cierto punto, esto puede llevar a una individualización de tal alcance que todo el significado compartido y el sentido de comunidad colapsan. Por supuesto, esto se puede ver desde el lado opuesto: el mercado simplemente completa la relativización ya presente del sistema de significados. En verdad, es demasiado fácil utilizar el mercado como el único chivo expiatorio para una pérdida de significados compartidos. El punto, sin

embargo, es que esta pérdida de significado compartido también recae sobre el mercado mismo y socava su necesaria base de confianza.

En *The Social Limits to Growth*, Hirsch (1978) muestra cómo ciertos bienes pueden cambiar de calidad y sentido cuando pasan de la esfera pública, informal, a la esfera del mercado. Brinda el ejemplo del sexo, que posee otras cualidades emocionales y morales dentro del contexto comercial de la prostitución que dentro del contexto del amor mutuo y las relaciones matrimoniales. La tesis de Hirsch es que el contexto en el cual se producen los bienes codetermina su calidad. Las verduras que uno mismo cultiva poseen un significado diferente que las mismas verduras en el mercado. Cuando las personas observan que el bien o servicio que compran fue producido en un contexto de explotación humana o agotamiento ecológico, para muchos, este bien o servicio adquiere entonces algo poco atractivo y moralmente objetable. El producto, que es en realidad un conjunto de diversas cualidades, altera entonces su significado. Según Lutz, “la calidad de muchos bienes puede mejorarse en gran medida si los mismos se brindan sobre la base del amor mutuo, la confianza y la obligación. Este conocimiento –que supone capacidades humanas superiores– no está dentro del reino analítico de la ciencia basada en el hombre económico. Y en tanto el comportamiento moral y las cualidades morales son de una buena naturaleza pública y no son producibles por un sistema basado en mercados competitivos, existen beneficios de eficiencia económica en limitar el alcance de la “marketización” y la “privatización” (Lutz, 1988:108).

No puede determinarse *a priori* cuánto mercado puede soportar una sociedad, pero depende en gran medida del capital de confianza mutua presente en la sociedad. Este capital social debe ser protegido de una explotación desmesurada. El mercado no implica, por definición, un rechazo a los ‘valores superiores’ que hacen posible la vida social, moral y espiritual. Uno puede adquirir productos éticos y socialmente responsables en el mercado. Uno puede distribuir libros e ideas valiosos en el mercado. Además, el libre juego de la oferta y la demanda puede evitar que una única instancia



adquiera un monopolio sobre los valores superiores. El mercado garantiza la libertad. Sin embargo, es igualmente verdad que el mercado instrumentaliza e individualiza todos los valores en función de preferencias individuales y subjetivas. Cuando todos determinan sus propios valores, la falta de cohesión moral puede abrir el camino a un comportamiento oportunista de gran alcance, que es una amenaza para el buen funcionamiento del mercado. Así vemos en la actualidad el pedido por una mayor autoregulación moral en el mercado e interés en el 'capital social', un término económico para la confianza mutua. La creencia en un equilibrio mecánico del mercado es cosa del pasado lejano, el momento ha llegado para una teoría moral del mercado (Sen, 1985).

#### 4. Ética comercial y democracia económica

El éxito de cualquier negocio depende, sin dudas, de una combinación eficiente de factores de producción. La eficiencia incluye tanto la tecnología de la producción, la productividad del trabajo como la capacidad de reaccionar rápida y flexiblemente a los desarrollos en el mercado. La ganancia es el objetivo de los negocios y el índice de su éxito. Sin embargo esta descripción convencional de la actividad comercial fracasa, en mi opinión, en al menos dos aspectos. En primer lugar, presupone que los intereses de todas las partes involucradas coinciden con la motivación general de ganancias, mientras que en la práctica éste no es siempre el caso. Otros objetivos, tales como compartir las ganancias, el crecimiento, la calidad o el desarrollo humano pueden y son considerados efectivamente contra el objetivo de ganancias. En segundo lugar, esta descripción convencional no hace ninguna distinción, en principio, entre compañías morales y no-morales, por ejemplo, entre compañías farmacéuticas y traficantes de drogas. La única distinción relevante es entre compañías eficientes y no eficientes. En dicho contexto, la acción moral sólo se justifica cuando es reducible a costos, y, por tanto, eficiente.

Una definición de negocios orientada más socialmente los considera como un

contrato social, realizado sobre la base de la ventaja mutua, entre todas las partes involucradas: accionistas, gerencia, trabajadores, clientes, gobierno y la comunidad. El contrato social define una compañía en términos de los derechos y deberes mutuos de los diversos grupos, y el objetivo será un compromiso entre los distintos intereses. La legislación corporativa, la legislación laboral, los acuerdos colectivos, los códigos éticos de conducta, regulaciones internas y todo tipo de comités y negociaciones brindan contenido al contrato social. Si se percibe que el contrato es injusto surgirán conflictos que pueden amenazar la existencia misma de la compañía. No sólo es importante la eficiente asignación de los factores de producción, sino también el reconocimiento contractual de los derechos de todas las partes involucradas. Es por esto que ha habido un giro de la teoría de las compañías de "tenedores de acciones" a "partes interesadas" (Clarkson, 1998). Este último modelo apunta a reemplazar el papel central de los accionistas en una corporación por estatutos que reconozcan claramente los reclamos de todas las partes involucradas. El libro de Bloch-Lainé, *Pour une réforme de l'entreprise*, muy leído en la década de 1960, era ya una expresión clara de esta concepción de una compañía.

La idea de una compañía como un contrato social regula, sin duda, la búsqueda de eficiencia y pone a los intereses de la compañía en línea con los intereses de todas las partes involucradas. Una regulación contractual semejante, sin embargo, no necesariamente ofrece a las personas una motivación interna para el compromiso y la iniciativa. El objetivo de todos aquellos involucrados sigue siendo primariamente la mejora de su propia posición dentro de la compañía. La gerencia participativa intenta reemplazar esta relación individualista por una identificación más amplia con la compañía como un proyecto comunal. Por eso el énfasis en una filosofía corporativa específica, en símbolos comunales, liderazgo moral, formas de comunicación informales, transparencia organizativa, descentralización de la toma de decisiones, reconocimiento social (no sólo financiero) de logros y de iniciativa. Para un personalista, ésta es ciertamente una evolución positiva (Boswell, 1990).

La concepción de la compañía como una

comunidad no sólo es interesante por razones humanas, sino también para lograr objetivos económicos. La participación y la solidaridad humanas aumentan la motivación y la capacidad de adaptarse rápidamente a un entorno cambiante. Una vez más, esto significa que existe una cierta ambigüedad vinculada con “la vague éthique” (Projet, 1990). La ética de negocios y la cultura corporativa pueden reducirse a una técnica de motivación para los recursos humanos, o bien puede verse la ética de negocios como una oportunidad para redefinir la naturaleza y objetivos de la compañía. En el contexto de una economía personalista, es obviamente la segunda opción la que se prefiere. La compañía pertenece a todos aquellos que invierten cooperativamente en ella, y corren riesgos en su beneficio. Estos riesgos no están sólo limitados a los riesgos financieros de los propietarios de capital, sino que también incluyen el ingreso y los riesgos de empleo del personal, los riesgos de inversión pública que hacen que la compañía sea posible, los riesgos de confianza del consumidor, etc.

La cualidad más característica de una concepción personalista de la compañía es la democracia económica. Ésta posee diferentes grados, que varían desde la supervisión, el derecho a votación, la participación en las ganancias y la coparticipación, hasta un autogobierno. La democracia económica apunta a la participación estructural y existencial de todas las partes involucradas en la determinación y el logro de los objetivos de la compañía. En principio, la democracia económica es más amplia que la democracia de los trabajadores, y apunta a una participación equilibrada de todas las partes interesadas. Tanto Maritain (1936: 201) como Mounier (1961) criticaron a la corporación anónima que hace que la acumulación de capital sea el objetivo de la compañía. Muchos personalistas proponen formas cooperativas de propiedad. En realidad, los derechos de propiedad pueden dividirse en varios derechos diferentes, tales como los derechos de votación (nombramiento de gerentes), el derecho a participar de las ganancias y el derecho a ganancias de capital, de forma tal que pueden imaginarse varias posibilidades de cooperación.

La idea central que los personalistas

siempre colocan en primer lugar es que la persona humana y el trabajo no pueden volverse instrumentos en manos del capital. Las personas son más que ‘recursos’. Son agentes de decisión que comparten la responsabilidad por lo que hacen. La misma idea está plasmada en el principio, formulado por Juan Pablo II (*Laborem Exercens*), de la prioridad del trabajo sobre el capital, que no se refiere sólo al trabajo de un trabajador, sino también al de la gerencia y los empresarios. La crítica habitual es que la democracia económica a menudo no es eficiente en la práctica. Los experimentos en Yugoslavia con el autogobierno de los trabajadores son el ejemplo clásico. Sin embargo, existen contra ejemplos.

Puede verse una aplicación original y exitosa de la concepción personalista en la compañía Mondragón en el país vasco (Lutz, 1988; Ellerman, 1984). Comenzó como un experimento personalista bajo el impulso del padre Arizmendi en 1955, y ha crecido hasta convertirse en un negocio industrial. El capital es contratado o aumentado a través del autofinanciamiento, un consejo supervisor, que es elegido por la asamblea general de la cooperativa, nombra a la gerencia para un período de cuatro años. La participación en las ganancias y la ganancia de capital están relacionados con la “cuenta de capital interno individualizada” de los miembros. La diferencia fundamental entre Mondragón y una compañía capitalista no es el mercado, sino la relación entre el trabajo y el capital. En un caso, el trabajo presta el capital sobre la base de un contrato financiero, en el otro, el capital compra el trabajo sobre la base de un contrato de empleo.

Desde la década de 1980, el enfoque comunal de los negocios no está tan relacionado con discusiones legales y filosóficas acerca de los estatutos de una compañía sino, sobre todo, con la administración del personal. Y, sin embargo, es mi opinión que es una ilusión pensar que la preocupación por la cultura de la compañía puede sobrevivir en ausencia de la reflexión acerca del estado moral y legal de la compañía. La cultura de la compañía requiere lealtad y el reconocimiento moral de la persona, mientras que la especulación de mercado lleva a que las personas y las compañías sean tratadas

como mercaderías o como variables en una función de ganancias. Desde el punto de vista de la democracia económica, la idea de la compañía como mercadería se ve excluida en principio. En verdad, la democracia significa que el gobernado nombra y supervisa al gobernador. Las fusiones sólo son posibles entonces sobre la base de un proceso de toma de decisiones democráticamente controlado.

## 5. Conclusión: economía y ética

He seleccionado cuatro supuestos que parecen ser representativos de una economía personalista: el reconocimiento de necesidades básicas, la necesidad de compromiso, la confianza mutua como una base del mercado y la democracia económica como una piedra de toque para la ética de negocios. Estos supuestos pueden leerse de dos maneras. Pueden leerse como imperativos éticos que emergen de la intuición moral de que la persona tiene un valor mayor que cualquier forma de acción instrumental. Allí yace su importancia ética intrínseca. Por otra parte, también poseen una importancia instrumental. Cada uno de estos supuestos puede considerarse como una medida de rendimiento económico y como un instrumento para el funcionamiento apropiado de las instituciones económicas. Esta lectura económica instrumental se vería así:

1. La satisfacción de las necesidades básicas puede conducir a una asignación más eficiente de los recursos humanos.
2. El significado y el compromiso promueven un ordenamiento consistente de preferencias.
3. La confianza mutua estimula la operación del mercado.
4. La democracia económica motiva a las personas y las hace más responsables en función de los objetivos de la compañía.

En la interpretación económica, las normas éticas adquieren el estatus de recursos económicos. He señalado repetidamente la ambigüedad que surge como resultado de esto. El significado económico puede suprimir el significado ético de forma tal que se produzca la instrumentalización de la ética. Inversamente, la ética puede aspirar a dominar como una obsesión, impulsando

hacia una moralización de la economía. Lo que es de mayor interés son las soluciones de compromiso en las cuales pueda reconocerse y tratarse en forma fructífera la dualidad de la economía y la ética. Los momentos éticos de experiencia económica deben ser constantemente liberados por medio de un análisis reflexivo, lo que puede abrir paso a nuevas y más humanas preferencias. El análisis económico, orientado a la satisfacción de nuestras preferencias 'humanas', debe analizar las implicancias de nuestras elecciones en términos de costos y de valor agregado. Esto requiere evaluar las diversas preferencias, de comparación y de pensamiento en consecuencias e instrumental. De esta forma puede surgir una relación entre economía y ética que sea provechosa para ambas. La desatención de cualquiera de los extremos lleva a una pérdida, ya sea a una pérdida ética de significado o a una pérdida económica de eficiencia. Se necesitan imaginación, creatividad e iniciativa moral para mantener el equilibrio entre ambos. Y es precisamente este equilibrio lo que constituye el eje de la economía personalista cuyo objetivo es el desarrollo de la persona humana.

## Referencias bibliográficas

- Bloch-Lainé (1963), *Pour une réforme de l'entreprise*, Le Seuil, París.
- Bouckaert, L. (1973), "Francois Perroux en de verruiming van het economisch denken" en *Tijdschrift voor Economie* 28(1973)1, págs. 9-37.
- Bouckaert, L. (red.) (1990), *Terugkeer van de ethiek*, Acco, Lovaina.
- Boswell, J. (1990), *Community and the Economy: The Theory of Public Co-operation*, Routledge, Londres.
- Buchanan, J. M. (1985), "Political Economy and Social Philosophy" en Koslowsky, P. (1985).
- Cheal, D. (1988), *The Gift Economy*, Routledge, Londres.
- Clarkson, M. B. E. (red.) (1998), *The Corporation and Its Stakeholders*, University of Toronto Press, Toronto.
- Daly, H. y Cobb, B. (1990), *For the Common Good: Redirecting the Economy toward Community, the Environment and a Sustainable*

- Future*, Beacon Press, Boston.
- Ellerman, D. P. (1984), "Entrepreneurship in the Mondragon Cooperatives" en *Review of Social Economy* 42 (1984) 4, págs. 272-293.
- Gui, B. (1987), "Éléments pour une définition d'économie communautaire" en *Notes et Documents* 12(1987), págs. 32-42.
- Hirsch, F. (1978), *The Social Limits to Growth*, Routledge, Cambridge.
- Kolm, S. C. (1986), *L'homme pluridimensionnel. Pour une économie de l'esprit*, Albin Michel, París.
- Koslowski, P. (ed.) (1985), *Economics and Philosophy*, J.C.B. Mohr, Tubingen.
- Lebret, L. J. (1961), *Dynamique concrète du développement*, Ed. Ouvrieres, París.
- Lutz, M. A. y Lux, K. (1988), *Humanistic Economics: The New Challenge*, Bootstrap Press, Nueva York.
- Marc-Lipiansky, M. (1997), *Crises et Crise*, Presses d'Europe, Niza.
- Maritain, J. (1936), *Humanisme integral*, Le Cerf, Paris.
- Roy, C. (1993), *Alexandre Marc et la Jeune Europe 1904-1934: L'Ordre Nouveau aux origines du personnalisme*. Ph.D.Thesis, McGill University Press, Montreal.
- Sen, A. (1977), "Rational Fools: A Critique of the Behavioural Foundations of Economic Theory" en *Philosophy and Public Affairs*, 7(1977), págs. 314-344.
- Sen, A. (1985), *Resources, Values and Development*, Blackwell, Oxford.
- Sen, A. (1985), "The Moral Standing of the Market" en *Social Philosophy and Policy* 2(1985), págs. 1-19.
- Schokkaert, E. y Van Ootegem, L. (1990), "Sen's Concept of the Living Standard applied to the Belgian Unemployed" en *Recherches Economiques de Louvain* 56(1990)3-4, págs. 429-450.
- Schokkaert, E. (1991), "Economie en ethiek: een onderzoeksprogramma" en *Tijdschrift voor Economie en Management* 36(1991)1, págs. 7-16.
- Vandevelde, T. (1990), "Preferenties, meta-preferenties en interesses. De rol van de preferentievorming in de welvaartseconomie" en Bouckaert, L. (1990).

**Traducción:** Viviana Falabella y Estela Fernández

\* Este artículo fue publicado originalmente en inglés en la revista *Ethical Perspectives*, N° 6/1, Abril de 1999, pp. 20-32.

<sup>1</sup> La tercera vía ha sido un tema constante en el pensamiento social católico desde el final del siglo XIX, y ha resultado filosóficamente en el solidarismo de Heinrich Pesch. El personalismo ha tomado este tema y lo ha adaptado a su propia posición.

<sup>2</sup> A menudo se hace referencia al egocentrismo o materialismo del *homo economicus*, según lo cual él actúa sólo por el propio interés y sólo apunta a satisfacer sus necesidades materiales. En la práctica, quizás, esto es con frecuencia así. Pero para un economista entrenado, esta crítica es poco convincente, ya que todas las necesidades pueden, como preferencias, ser subsumidas bajo la función de utilidad, y pueden, por lo tanto, ser igualmente intereses materiales o inmateriales, egocéntricos o altruistas. El actor económico mismo determina y ordena sus preferencias. La única condición impuesta por el modelo del *homo economicus* es que la persona racional utilice sus medios (tiempo, presupuesto, emociones, entornos, etc.) en forma óptima para alcanzar sus preferencias.

<sup>3</sup> No podemos examinar aquí las consecuencias metodológicas de esta dualización del *homo economicus*. Sin embargo, pareciera que un análisis del significado y del compromiso sería imposible sin introducir un método hermenéutico que describa la experiencia humana subjetiva sobre la base de una perspectiva interna. Si se modela al *homo economicus* como una combinación de formas de pensar reflexivas y calculadoras, entonces acortar la diferencia entre los modelos de optimización matemáticos y la hermenéutica fenomenológica se convierte en un desafío interesante.

<sup>4</sup> Los servicios comerciales reemplazan las tareas domésticas (la cocina, el cuidado de los niños, el cuidado de los ancianos, la limpieza, etc.). Las compañías venden servicios como la seguridad (guardias de seguridad privada, sistemas de alarmas, seguros), comunicación (mensajeros, relaciones públicas), conocimiento (consultoras, servicios de capacitación e investigación), influencia social (lobby, publicidad, medios), arte (patrocinio, mercado de arte), recreación (turismo) y sexo (pornografía, prostitución). Además, existe un fortalecimiento de la lógica del mercado en el sector sin fines de lucro.