

BRUNI, Luigino

El precio de la gratuidad

Editorial Ciudad Nueva, Madrid, 2008.

Con este título desconcertante por lo paradójico, Luigino Bruni, profesor de Economía Política en la Universidad milanesa Luigi Bocconi, se afirma en una incipiente pero progresiva corriente que –desde hace algunos años– procura teorizar sobre una “cultura económica centrada en la persona”, como reza una obra anterior del mismo autor. Publicado originalmente en 2006 bajo el título *Il prezzo della gratuità*, y traducido por Isaías Hernando, no sorprende que esta obra provenga de un investigador italiano, dado que es en Italia donde mayor profundidad teórica ha alcanzado la llamada “Economía de Comunion” (EdC), fuente de inspiración de este trabajo.

Esta corriente fue iniciada por Chiara Lubich, quien en 1942 fundó el Movimiento de los Focolares (u Obra de María) en Trento, a pesar de que ha sido en Brasil donde mayor aplicación práctica ha tenido, desde 1991. Sintetizar su espíritu en pocas palabras no haría justicia a la profundidad de este fenómeno, “complejo, esperanzador y multidimensional”, como señala Ángel Galindo García en el prólogo a la edición española; aunque, como afirma Juan Pablo II en una carta a su fundadora, bien podría decirse que su objeto principal es “la promoción de la comunión a través de la búsqueda y la práctica del diálogo”. Basta decir que Bruni ha venido realizando numerosos esfuerzos por avanzar en esa línea –tanto individualmente como junto a investigadores de la talla de Sugden o Zamagni–, y este libro refleja de alguna manera sus trabajos previos, sentando un precedente en una línea que aún se encuentra en ciernes.

De manera clara y amena, el autor va tratando distintos temas que la economía tradicional ha desestimado, pero que ocupan un lugar cen-

230 tral en la vida del hombre en sociedad. Bruni se define a sí mismo como un “economista civil, que no se limita a analizar los hechos, sino que se deja interpelar, intrigar y sorprender por ellos” (p. 29). Stefano Zamagni, catedrático de la Universidad de Bolonia, recalca en el prólogo que “Bruni desarrolla un tipo particular de ciencia que consiste en moverse, de manera fecundamente anfibia, entre economía, filosofía, antropología e historia”. Esta multidisciplinariedad, presente a lo largo de toda la obra, es una clara señal de que nos enfrentamos a una nueva manera de hacer teoría económica.

Es sabido que las dos grandes líneas de pensamiento económico, el liberalismo y el colectivismo, se presentan como alternativas polares de entender la relación entre el hombre y la sociedad. En líneas generales, se podría decir que la primera resalta la libertad, el dinamismo económico con incentivos y reglas claras, mientras que la segunda promueve la igualdad y la solidaridad, expresadas en un Estado Social manipulador y paternalista. En el tema que nos interesa, ambos excluyen la donación de la esfera pública. En el primer caso, las personas son “cosificadas” en contratos inspirados en una “cooperación sin sacrificio” (Hume); en el segundo, la donación es “obligada”. Con el principio de gratuidad, Bruni se propone precisamente darle un carácter público, reconociendo que la auténtica donación es personal y trasciende su aspecto utilitario.

El libro consta de seis capítulos, precedidos por una introducción: más allá del dualismo economía-sociedad; gratuidad, motivaciones intrínsecas e incentivos; las paradojas de la empresa; felicidad; reciprocidad; fraternidad.

En la introducción, Bruni hace referencia a los co-principios presentados por el teólogo von Balthasar para explicar la historia de la Iglesia: el petriño –institucional– y el mariano –carismático–, que no están enfrentados sino en relación dinámica y dialógica. Posteriormente, repasa someramente como ha avanzado la “historia carismática” (benedictinos, franciscanos), y los efectos cívicos y económicos que produjeron –como bien resaltaron Weber o Sombart–

RECENSIONES

231

para ubicar a la EdC en este marco. El autor transmite su optimismo y confianza por este movimiento, en el que encuentra una esperanza casi mesiánica, y que resume en: “Comunión, el nuevo nombre de la paz” (p. 30).

El primer capítulo presenta brevemente las dos maneras de entender los ámbitos económico y social, diferenciando entre “los que ven lo económico, el mercado, como constructor de lo social, y esas otras que consideran lo económico en conflicto endémico con lo social” (p. 34). Dentro de la primera corriente destaca Adam Smith, quien resalta el anonimato y la independencia como virtudes para el desarrollo del mercado sin necesidad de reciprocidad. Esta posición ve en el desarrollo del mercado una mejora social: “el paso del *status* del mundo feudal al *contractus* de la economía de mercado es percibido por los primeros economistas como un crecimiento de civilización” (p. 37). En cambio, la posición sociológica –Marx, Polanyi, Weber y Simmel– considera al mercado como un ámbito regido por el principio de intercambio instrumental, calculable e interesado, radicalmente distinto al de la esfera política o privada. Bruni se propone acercar estas posiciones a la EdC, que se enmarca en la llamada “economía civil” (Vico, Genovesi), aquella que destaca la “experiencia de la *dimensión social humana como una realidad unitaria*: la amistad y la reciprocidad auténtica son dimensiones que hay que ejercer también *dentro* de la vida económica normal, ni antes, ni después ni al margen” (p. 42).

En el segundo capítulo se trata la relación entre la gratuidad y la motivación humana, entendiendo por gratitud “la actitud interior que nos lleva a acercarnos a cualquier persona, a cualquier ser vivo y a nosotros mismos no como cosas para usar, sino con las cuales entrar en relación, respetándolas y amándolas. Por eso existe un lazo muy estrecho entre la gratuidad y las actividades realizadas por motivos intrínsecos” (p. 51). Analizando la tendencia de la “Responsabilidad Social Empresaria”, Bruni afirma que la diferencia esencial entre las empresas alistadas en este movimiento por convic-

232 ción de las que lo hacen por interés está precisamente en la gratuidad. El desafío está en lograr que el recurso al dinero no destruya la gratuidad, condición necesaria para la EdC, ya que “la comunión es un encuentro de gratuidad” (p. 45). El autor analiza el fenómeno motivacional en relación con la acción y no con el sujeto que actúa, por lo que se echa de menos alguna referencia al aspecto trascendente de la motivación.

El capítulo tercero se centra en la paradoja de que la empresa moderna, habiendo nacido bajo el impulso revolucionario que buscaba la igualdad y la libertad, se organizó sobre el principio jerárquico. Para explicar esta paradoja el autor remite a Coase (empresa-mercado, costos de transacción) y a la teoría smithiana. Sin embargo, en relación con las esperanzas de este último, denuncia que “*el mercado no ha cumplido sus promesas*, ni en términos de libertad ni en términos de igualdad” (p. 73). En este contexto, la EdC resalta la primacía del principio de comunión o de fraternidad, y para que éste sea “el corazón de la vida económica y de la empresa, hemos de afirmar que el principio de gratuidad es el principio fundamental de toda relación humana; la autoridad y el buen gobierno se apoyan en él y de él extraen su legitimación” (p. 75).

El capítulo cuarto versa sobre la felicidad, presente desde los inicios de la teoría económica, como puede observarse en la obra de Genovesi y Viero, quienes definen a la economía como la “ciencia de la felicidad pública”. Sin embargo, la economía no ha tratado con justicia este tema, quizás por un abordaje psico-sociológico del mismo, y en especial por una confusión entre bienestar y felicidad. Para explicar la paradoja de la felicidad desde una concepción antropológica, Bruni se sirve del concepto de “bienes relacionales” (Nussbaum, Donati, Gui, Uhlener). Aunque existen divergencias en la literatura en el momento de definirlos, hay un aspecto común a todas ellas, y es el de la reciprocidad. Para Bruni, “una característica sintética de los bienes relacionales es, en definitiva, la gratuidad, pues un bien es relacional si la relación no se usa para otra cosa, si es

RECENSIONES

vivida como bien en sí misma, si nace de *motivaciones intrínsecas*. Por eso, como dice Nussbaum, el bien relacional es un bien donde *la relación es el bien*, una relación que no es encuentro (confluencia) de intereses, sino encuentro de gratuidad” (p.95). La evidencia empírica no está claramente representada por el análisis económico debido a la complejidad del aspecto relacional y a que los bienes relacionales son “más frágiles y vulnerables”. No obstante, por más que los bienes de mercado intenten llenar el vacío producido por la ausencia de relaciones auténticas, la fuerza de los bienes relacionales hace que éstos cada vez sean más preciosos.

233

La reciprocidad es, finalmente, el tema del quinto capítulo. Bruni parte de la etimología latina de la palabra: relación de ida y vuelta (*rectus-procus-cum*), y define tres niveles de análisis en correspondencia con la trilogía clásica del amor (*eros, philia, ágape*), destacando así que la reciprocidad es un concepto pluridimensional. *Eros* es la reciprocidad sin sacrificio, el contrato, que nace de una indigencia recíproca e interesada. *Philia* o amistad exige cierta dosis de sacrificio y riesgo, es una relación de equidad e igualdad que tiene un valor intrínseco para los miembros, además del resultado externo, pero es condicionada. *Ágape*, en cambio, es la reciprocidad incondicional, indispensable en “sociedades heterogéneas, complejas y multiculturales, para que la vida civil no implusione en conflictos endémicos” (p. 121). El autor sostiene la tesis de que “hay comportamientos movidos por una lógica incondicional que no sólo pueden no ser estúpidos, sino que pueden incluso desarrollar un *importante papel en dinámicas de reciprocidad*” (p. 123). El autor se aleja de la idea de ágape como *don* para resaltar que la reciprocidad como ágape renuncia a la condicionalidad, pero no a la reciprocidad. Coincide con Zamagni en que “hay un interés superior en el fondo de la acción gratuita: construir la fraternidad. En nuestras sociedades, el don es ante todo un don a la fraternidad” (p. 126). La reciprocidad incondicional sigue siendo relacional –no es indiferente al resultado– aunque es vulnerable porque depende de la respuesta libre de otros. En

234 definitiva, la reciprocidad es una realidad plural y multidimensional y la sociedad civil necesita de los tres tipos de reciprocidad para funcionar.

El tema del último capítulo es la fraternidad, el “tercero excluido” de la trilogía revolucionaria moderna, como consecuencia de una concepción antropológica pesimista. El autor destaca que la principal pobreza de nuestras ciudades es la carencia de lazos profundos y verdaderos, de relaciones con sentido. En este contexto, la EdC apunta a una “*globalización fraterna* y a un *desarrollo fraterno*” (p. 142). Al otorgar un porcentaje de beneficios a los pobres se está realizando una inversión para aumentar la libertad y la igualdad de estas personas y hacer más fraternas las relaciones humanas. Porque “la pobreza no se erradica en primer lugar con dinero, sino devolviendo a los excluidos las ganas de tener un futuro para sí mismos y para los demás” (p. 25). Esto es posible porque “hay muchas personas que se atreven, por opción personal y por cultura, a *transformar* las relaciones económicas normales dentro y fuera de la empresa” (p. 146). Se vislumbra un nuevo paradigma en el que la participación, el compromiso social y la convivencia civil permitirán llevar a la práctica distintas formas de reciprocidad en una sociedad pluridimensional en la que confluyen identidades y culturas distintas.

El libro concluye con un *post scriptum* titulado “una pobreza que es riqueza”, que hace referencia al valor de la pobreza voluntaria en una sociedad tan mercantilizada como la actual, una condición para derrotar a la pobreza injusta e inhumana. Destaca el autor que “es la pobreza que nace de ser conscientes de la fragilidad de la vida humana y de la dimensión de gratuidad que acompaña a toda persona sabia que sabe reconocer como don todo lo que tiene y lo que es. Es una pobreza *ontológica*, raíz de la dinámica de la *reciprocidad auténtica y gratuita*. Esta pobreza impulsa a liberarse interiormente de los bienes y de las cosas como posesiones absolutas para hacer de ellas un don, y ser así libres para amar y para hacer que los bienes sean puentes, caminos de reciprocidad, ocasiones de comunión” (p. 161).

RECENSIONES

Los capítulos de este libro son como hilos que, aunque parezcan no guardar relación entre sí, van conformando un tejido con la riqueza que sólo ofrece la variedad. El resultado es un sugerente estado de la cuestión, que ofrece pistas para entender la transición en la que se encuentra la economía en la actualidad, en su esfuerzo por fundarse en una antropología robusta que pueda dar respuesta a sus problemas sin renunciar a la hondura ontológica humana.

Al finalizar la lectura, amena y ligera a pesar del calado de los temas expuestos, quedan ganas de más, porque el autor da prioridad a la amplitud en detrimento de la profundidad. Afortunadamente, el autor cuenta con una amplia colección de trabajos previos donde se puede encontrar un desarrollo riguroso de estas cuestiones y otras complementarias. El lector deberá hacer un esfuerzo para recordar que el presente es un libro de economía, de una economía que reclama la gratuidad, porque, como destaca Zamagni “si la práctica de la gratuidad no se extiende, difícilmente se podrá experimentar en el ámbito económico la alegría de vivir” (p. 8).

235

Germán Scalzo
Universidad de Navarra
german.scalzo@gmail.com