

La economía como si la persona contara

El papel del principio de comunión en la teoría económica

por Stefano Zamagni
Universidad de Bologna

1. Introducción y motivaciones

El objetivo de las páginas que siguen es doble: dar razón de por qué es necesario que las relaciones interpersonales entren en el núcleo duro de las ciencias económicas y, por ende, por qué es conveniente secundar las tendencias, que, desde hace cierto tiempo, se advierten en esta disciplina, de favorecer la aceptación de un nuevo paradigma hermenéutico -el relacional- en sustitución de los paradigmas holísticos e individualista. Por otra parte, aportar razones para el sostenimiento de la tesis por la cual una ciencia económica relacional no puede prescindir de la gratuidad como principio fundador del obrar económico.

Resulta paradójico que una disciplina como la economía, que desde siempre, desde sus albores disciplinarios, se ocupó, de manera esencial, de las relaciones entre hombres que viven en sociedad (piénsese en lo que ocurre en la actividad de producción, de consumo, de intercambio, de distribución de la renta, etc.) no haya advertido nunca la exigencia -salvo el paréntesis demasiado breve de la etapa de la economía civil (Bruni, Zamagni, 2004)- de ponerse en claro con relación a la intersubjetividad como categoría en sí. En cambio, ha sucedido que desde la *Riqueza de las Naciones* (1776) en adelante, la ciencia económica ha pensado poder prescindir, en la explicación de los fenómenos económicos, de la relacionalidad. De hecho, si para el partidario del individualismo (ontológico) el fin cognoscitivo por buscar es el estudio del comportamiento de cada agente y sólo ulteriormente, el de los resultados adicionales de la interacción individual, para quien se reconoce en la perspectiva holística, se trata, más bien, de estudiar el funcionamiento del sistema económico en su totalidad, y para un objetivo de ese tipo no hay ninguna necesidad de recurrir al sistema motivacional que mueve a la acción a cada uno de los actores. En un caso como en el otro la relación intersubjetiva, en cuanto tal, no desempeña ningún papel en la explicación de los hechos económicos, en tanto que el problema económico se reduce a una cuestión de relaciones entre hombre y naturaleza. Es cierto que el estudio de tales relaciones entra de derecho en la agenda del economista; pero ciertamente no se podrá sostener que la "cifra" del discurso económico

reside en este tipo de estudio. A menos que se quiera "reducir" la economía a una suerte de ingeniería social, sacándola así del número de las "moral sciences".

Aquí es necesaria una precisión para evitar equívocos. No es mi intención sostener que la economía no se haya ocupado de estudiar las interacciones sociales. Por el contrario. Lo que quiero significar es que una cosa son las interacciones sociales y otra las relaciones interpersonales: mientras en estas últimas la identidad de los sujetos implicados es constitutiva de la relación misma, las interacciones sociales pueden ser anónimas e impersonales. Además, mientras la interacción social tiene naturaleza instrumental -cada vez que entro en una relación de intercambio es obvio que establezco una relación con alguien, pero éste es solamente un instrumento para mis fines- la relación interpersonal se refiere a la potencia del "entre", como categoría primordial de la realidad humana.¹ Un ejemplo de Robert Putnam, (2000) referido a los modos de medición, ayuda a comprender la diferencia. Dadas las bien conocidas dificultades de medición del capital social, la investigación empírica se sirve de la interacción social -expresada por el número de los inscriptos en las organizaciones de la sociedad civil existentes en una fecha dada- como índice del capital social. Pero el aumento de un tal número no necesariamente implica un aumento de la tasa de participación en la vida activa de las organizaciones por parte de sus adherentes. Antes bien, podría suceder también que el crecimiento del número de inscriptos conlleve una disminución del grado de democratización interna de las organizaciones mismas. La estadística registrará, entonces, que el stock de capital social presente en aquella área ha aumentado, pero a esto no corresponderá por cierto un mejoramiento de las relaciones interpersonales y, por ende, del grado de confianza entre los miembros de la comunidad.

La cuestión suscitada es importante y merece ser destacada. Que el hombre sea un animal social es una afirmación que nadie ha puesto nunca en duda. Pero la sociabilidad de la naturaleza humana, entendida como orientación positiva hacia otros seres humanos, es otra cosa. Como enseña Aristóteles, la afirmación: "el hombre nace para vivir con los otros" se basa en dos elementos, ambos esenciales: la propensión a la

¹ Martin Buber, mejor que nadie en la época contemporánea, ha destacado la importancia, con fines explicativos, de la categoría del "entre". Hablando de antropología, escribe nuestro autor: "El objeto central de esta ciencia no es ni individual ni colectivo, sino el hombre con el hombre... El gorila es, también él, un individuo y también una colonia de termitas es una colectividad, pero el Yo-Tú existe sólo en el mundo del hombre y, aún más, el Yo existe sólo mediante la relación con el Tú. La ciencia filosófica del hombre, la cual incluye la antropología [pero también la economía] debe, por ende, tomar como punto de partida, como objeto de su investigación, el hombre con hombre". (1983, p.124).

"compañía" con sus semejantes -el *fellow-feeling* en el sentido de Adam Smith- y la utilidad que el hombre obtiene de la convivencia con los otros. El primero es un elemento que atañe a la dimensión expresiva del sujeto; el segundo elemento pertenece a la esfera racional, es decir, a su capacidad de cálculo. Pues bien, la ciencia económica moderna, según el estatuto utilitarista que ha adoptado, ha optado por aislar o, mejor, tener separado el segundo del primer elemento. (Saffer (2005), por ejemplo, modela la interacción social como si se tratase de un bien de consumo y muestra cómo la demanda de interacción social es una función de su precio, del precio de los otros bienes y del rédito). Esto explica por qué el principio del intercambio de equivalentes, a partir de la revolución marginalista, ha terminado por adquirir preponderancia sobre el principio de reciprocidad en el discurso económico. Si lo que interesa al economista es solamente el estudio de los mecanismos de mercado -y no también la cualidad humana de sus resultados- no hay ninguna necesidad de conocer si los agentes tienen o no motivaciones socialmente orientadas. Para explicar cómo funciona el mercado es suficiente suponer una única disposición, la de "traficar, abaratar e intercambiar una cosa por otra" -como ya lo había anticipado Adam Smith. Y, en efecto, las bien conocidas teorías de los contratos, de la empresa, de los precios, etc., no tienen ninguna necesidad de recurrir a la categoría de persona: basta el individuo informado y racional. El "sujeto utilitario" es un individuo cuyas opciones son guiadas solamente por necesidades e intereses. Estos están ciertamente mezclados con pasiones y sentimientos morales, pero la tarea de la razón calculante es justamente la de mantener separados el dominio de la racionalidad y la estructura antropológica del individuo (Justamente por esto el sujeto utilitario no tiene deseos sino sólo preferencias).

¿Cuál es la novedad en estos días? Que incluso el más "distruido" de los economistas debe admitir que separar lo cognitivo de la identidad de la persona -una identidad, como quiera que sea, connotada- no permite explicar y, mucho menos, resolver los nuevos problemas típicos de una sociedad postindustrial. El deterioro de la calidad de vida de nuestra sociedad actual es ya tal que la economía, si quiere seguir prendiendo en la realidad, no puede ausentarse exigiendo de los otros la tarea de ocuparse del problema. Porque si es verdad -como lo es- que una de las causas principales de las llamadas trampas de pobreza social [situaciones de pobreza difíciles de dejar] (Sacco, Vanin, Zamagni, 2006) es atribuible al modo en que se desarrolla el proceso económico -en particular, al modo en que funcionan los mercados y al modo en el que se desarrolla la actividad laboral en el interior de las empresas- entonces el economista no puede esconderse detrás del velo del solo criterio de eficiencia para legitimar su propio trabajo científico.

Que algo relevante en tal respecto está sucediendo en la investigación económica de estos años, nos lo revela verdaderamente la frecuencia

con que, en el léxico económico, aparecen términos como identidad, reciprocidad, gratuidad, bienes relacionales, felicidad -términos estos substancialmente ausentes en ella hasta un pasado reciente. Es ciertamente verdadero que la confusión que los circunda es mucha todavía y es todavía incierto el modo en que estos términos deben ser empleados en el análisis económico, pero el hecho a la vez significativo y extraordinario es que se hable de ellos, incluso por parte de quienes continúan pensando que la relación con el otro ocupa sólo el ámbito de extensión y aplicación. Si acierto con lo que digo, me parece descubrir en los desarrollos más recientes de la teoría económica un interés genuino con relación al paradigma relacional centrado en la idea de persona. Lo confirman las reiteradas tentativas de superación del paradigma, ya sea individualista, ya sea holista. La impaciencia con relación a una investigación económica que no ve que entre la realidad del yo y la realidad del otro, que entre individuo y sociedad hay un espacio ulterior que debe ser explorado, el cual es el espacio de las relaciones interpersonales como realidad tercera que se añade a las otras dos, está en continuo aumento entre los estudiosos. En efecto, se va constatando que esta realidad tercera está ocupada por las relaciones de reciprocidad que no deben confundirse con la relación vista en función del individuo -como ocurre en el intercambio de equivalentes- ni con la relación vista exclusivamente en función del otro -como es el caso del altruismo puro o en el *warm glow*²- porque es la relación en función del nosotros (Cavaleri, Tapken, 2004).

2. El retorno de la relacionalidad en el discurso económico

¿Por qué razones se advierte desde hace un tiempo, en la disciplina de la economía política, la exigencia de ponerse en claro con la perspectiva relacional a fin de superar la insuficiencia de los paradigmas holísticos e individualista?³ Para ser preciso, haré referencia a este último, dado que

² Recuérdese que la naturaleza económica del *warm glow* es la del bien privado, dado que los individuos obtienen satisfacción no del estado de cosas que define el espacio público, sino del *acto* de contribuir a su mejoramiento. La satisfacción deriva, entonces, del sentimiento personal de haber contribuido a la justa causa. Al mismo tiempo, empero, el *warm glow*, a diferencia de cuanto sucede en el altruismo puro, no depende solamente del acto de dar, sino también del grado de eficacia que el acto manifiesta en el mejorar la causa justa.

³ Es útil observar que la reciente recuperación de la perspectiva relacional no atañe solamente a la economía. Antes bien, esta disciplina llega a esa perspectiva después de la sociología, la psicología, la antropología. En lo que concierne a la sociología, es a Donati (1991) a quien se debe la primera elaboración acabada de una teoría relacional de la sociedad. Como escribe Donati (2005), el punto de partida del paradigma relacional en la ciencia social es la constatación del hiato

el holismo metodológico ha sido arrumbado por la mayor parte de los estudiosos. Es un hecho que la línea de pensamiento Ricardo-Marx-Polanyi-Sraffa, que responde a aquel paradigma, ha cesado de constituir una alternativa real a la hegemonía cultural de la línea de pensamiento neoclásica, en sus múltiples versiones.⁴

Una de las razones principales que inducen al economista a aceptar supuestos de comportamiento más ricos que los del *homo oeconomicus*, abriéndolo, así, a la aceptación del abordaje relacional, es la constatación de que la llamada hipótesis de aditividad no es confirmada por la realidad; antes, bien, resulta sistemáticamente contradicha por ella. Se trata de esto: el supuesto fundamental que está en la base de la teoría "oficial" del comportamiento económico es que las motivaciones extrínsecas -que son las que tienen naturaleza teleológica y que son expresión de las pasiones adquisitivas (Pulcini, 2003)- se suman, reforzándolas, a las motivaciones intrínsecas, que tienen naturaleza no instrumental y que surgen de la pasión por el otro, visto como elemento necesario para la afirmación de la identidad personal. Con una actitud tal, en apariencia inocua, la ciencia económica *mainstream* siempre ha podido limitarse a considerar las solas motivaciones extrínsecas, delegando, según las circunstancias, a la filosofía moral, a la psicología o a la sociología la tarea de ocuparse de las motivaciones intrínsecas. No sería, entonces, conducente la crítica de quien sostuviese que la representación fundada en el *homo oeconomicus* es una representación pobre del comportamiento humano *porque* excluye las motivaciones intrínsecas. De hecho, ningún teórico serio del *mainstream* negará nunca la relevancia, con fines explicativos, de los valores ético, de las creencias religiosas y, más en general, de las motivaciones intrínsecas de los agentes económicos. Afirmará, en cambio, que, puesto que las motivaciones extrínsecas (la

creciente entre lo humano y lo social, y esto en el sentido de que la persona humana en cuanto tal no es incluida en el número de los factores que explican la dinámica social. Con lo cual, lo social no es ya el lugar donde habita lo humano, de manera que la sociología no tiene por qué preocuparse de ello. Solamente adoptando un abordaje relacional, la ciencia social puede estudiar el sentido de lo humano en lo social. Sobre el tema, véase también el importante trabajo de Colozzi (2005).

⁴ A decir verdad, no falta en Marx la perspectiva relacional. Sobre todo en los escritos juveniles -pero no sólo ahí- se expresa con claridad la idea por la cual la sociedad no es un mero agregado de individuos, sino un conjunto de relaciones entre éstos. El sujeto sociedad no existe, puesto que lo que constituye la sociedad es el tejido relacional. Ciertamente surgirían diferencias con la posición aquí defendida -y de poca monta- cuando se fuese a considerar cómo Marx define el tejido relacional y el uso que hace de él para construir su sistema teórico.

maximización de la ganancia por el empresario y de la utilidad por el consumidor, se añaden, reforzándolas, a las intrínsecas, es decir, que aquello de lo que el economista debe ocuparse en modo especial es valorar las primeras, aumentando su eficacia. De ahí la insistencia sobre la búsqueda de cada vez más elaborados esquemas de incentivo capaces de dirigir las opciones del sujeto en la dirección de la máxima eficiencia (Zamagni, 2005 b).

Un lugar clásico de tal estrategia argumentativa es el célebre pasaje del *Manual* de Pareto en el cual el gran economista italiano trata de justificar su opción metodológica a favor del *homo oeconomicus*: "El cuerpo concreto comprende el cuerpo químico, el cuerpo mecánico, el cuerpo geométrico, etc. El hombre real comprende el *homo oeconomicus*, el *homo ethicus*, el *homo religiosus* etc. En suma, considerar estos diferentes cuerpos, estos diferentes hombres equivale a considerar las diferentes propiedades del cuerpo real, de este hombre real, y no apunta a otra cosa que a cortar en porciones la materia por estudiar" (Pareto, 1968, p.18). Como escribe Demeulenaere (1996), el *homo oeconomicus* es el producto no de una, sino de una doble abstracción. En primer lugar, la que consiste en aislar la dimensión económica de las otras; en segundo lugar, la de dotar la dimensión económica de contenido, de vida autónoma. En efecto, para que el "cuerpo" que Pareto llama *homo oeconomicus* pueda aspirar a la calificación de *homo* es necesario que sea capaz de existencia propia. Pero ni Pareto, ni el pensamiento neoclásico subsiguiente se plantearon nunca el problema de si un ente con las solas determinaciones del *homo oeconomicus* puede tener vida propia. En otros términos, nunca se planteó ahí el problema de si "el *homo ethicus*, el *homo religiosus*, etc." condicionan, por acaso, la acción del *homo oeconomicus*, de modo de neutralizar o de orientar de manera determinante sus opciones. Bien considerada, ésta es una aporía de no poca monta para una escuela de pensamiento que, como la neoclásica, opta por poner el propio fundamento en las reglas del método de la filosofía analítica.⁵

⁵ Interesa recordar que, en época reciente, en el interior de la misma filosofía analítica anglo-americana, el tema de la identidad personal, unida al tema de la persona, se ha convertido nuevamente en el centro de atención. Se acostumbra considerar el inicio de este redescubrimiento de la idea de persona y, por ende, de sustancia con la realización del seminario de 1969-1970, en la Universidad de New York bajo el título "Identidad e individuación" que -como recuerda y profundiza Berti (2003)- arrancó de la célebre consigna de W. V. O. Quine: "ninguna entidad sin identidad" (*no entity without identity*). Lo cual equivale a decir que para identificar un sujeto es necesario poder decir que él es el mismo y no otro. A tal punto que un filósofo analítico de la estatura de Hilary Putnam no vacila, en su último libro *Words and life* (1994), en hablar de un "retorno a

Por consiguiente, el problema principal con los supuestos del *homo oeconomicus* no es tanto que se trata de un sujeto individualista ("decido sobre la base de lo que es mejor *para mí*") e instrumentalista ("la acción que realizo no tiene, para mí, ningún valor intrínseco") -son éstas, como indico, las críticas corrientes dirigidas a aquellos supuestos- como, más bien, que se trata de un sujeto que podría no estar en condiciones de obrar justamente a causa de sus mismas determinaciones.⁶

Pues bien, es la constatación de que, en la realidad económica, hay fenómenos masivos y penetrantes de *crowding out* (desplazamiento) y de *crowding in* entre motivaciones extrínsecas e intrínseca que hacen insostenible el supuesto de aditividad. Richard Titmuss (1970), el célebre sociólogo inglés, fue el primero en llamar la atención de las ciencias sociales sobre el hecho de que la promesa de un pago por la donación de sangre disminuía el número de las donaciones y reducía la calidad de la sangre donada. Hoy, la bibliografía empírica y teórica sobre el efecto de desplazamiento es inmensa. Remito a algunas reseñas para los detalles (Frey, 1997; Deci, 1999; Janssen y Mendys, 2004), pero entre tanto urge recordar la dinámica del fenómeno: el empleo de incentivos económicos no sólo reduce la autodeterminación y el conjunto de las posibilidades de expresión -al recibir el incentivo, la persona intrínsecamente motivada ve reducidas las posibilidades de manifestar comportamientos coherentes con su sistema de valores- sino que mina en sus bases el sentimiento de autoestima (la *self-esteem*, de la cual habla Adam Smith)⁷: recibir un pago por una acción que el sujeto habría realizado de todos modos, disminuye la consideración social, es decir el *social reward*. No sólo esto, sino que el empleo de los incentivos oculta siempre una relación de poder, porque sugiere que no hay buenas razones para hacer lo que se le ha pedido a cada uno que haga, de modo que la decisión debe ser, en cierto sentido, "comprada".

En casos de este tipo es evidente que el supuesto de aditividad no puede ser utilizado. ¿Con qué consecuencias? Para responder a esto nos

Aristóteles" para poder recuperar la noción de persona (cit. en Berti, 2003).

⁶ La expresión *cash nexus* -vuelta célebre después- es introducida en el léxico económico de Carlyle en 1855 justamente para denotar la separación entre persona y *homo oeconomicus*. Como consecuencia de la afirmación del principio del intercambio comercial como único principio regulador del orden social, la persona en cuanto tal desaparece del discurso económico, sustituida por términos como individuo, agente, sujeto económico. A lo sumo, la persona es vista como un rol entre tantos, al cual se asignan determinadas funciones. Sobre el tema véase Pizzorno (1991).

⁷ Escribe Smith en la *Teoría de los sentimientos*: "Qué mayor felicidad que ser amados y saber que uno merece ser amado" (p.113). Al *homo oeconomicus* le bastaría sólo con "ser amado".

ayuda el reciente trabajo de Bénabou y Tirole (2005) que se propone desarrollar una teoría del comportamiento prosocial capaz de combinar la heterogeneidad motivacional de los individuos en lo que concierne a su diverso grado de altruismo y egoísmo con la toma en consideración de elementos identitarios como la autoestima y la reputación social. Característica peculiar del modelo es que el comportamiento prosocial, o antisocial de los agentes es el resultado de la combinación (no observable) de tres tipos de motivaciones -intrínsecas, extrínsecas, reputacionales- que son inferidas de las elecciones observadas. El problema por resolver es el de los agentes que deben elegir la medida de su participación en una actividad social cualquiera -contribución a un bien público; abstención de producir externalidades negativas, donación por una causa meritoria, etc. - maximizando una función objetivo cuyos argumentos reflejan las siguientes consideraciones. La elección del nivel de participación si, por un lado, comporta para el sujeto un costo en términos de utilidad y una ganancia material (monetario u otro), por otro lado, genera costos y beneficios reputacionales asociados al juicio y a las reacciones por parte del grupo social de referencia con respecto a él. Al mismo tiempo, para el agente, el valor de la reputación puede ser instrumental o hedonístico (la estima social como bien de consumo) y la motivación intrínseca al comportamiento social puede derivar del *warm glow* (el gusto de dar) o del puro altruismo. Entonces, el modelo es bastante coherente y analíticamente inobjetable. ¿Pero qué es lo que no cuadra en este tipo de modelización? Que la dimensión expresiva del bienestar individual es tratada con el mismo criterio que la adquisitiva. Intentaré aclarar.

La lógica del tener es -como se sabe- la búsqueda de los medios para un fin. Ahora bien, en la medida en que el fin tiene que ver con los componentes materiales de nuestro bienestar, es evidente que la teoría de la elección instrumental es una óptima guía del pensamiento y la acción. Pero, en cuanto se hacen entrar en juego los componentes expresivos, es decir, identitarios, de nuestro bienestar -como lo hacen Benabou y Tirole- es igualmente evidente que no se puede evitar la pregunta: ¿de qué sirve ser racionales en sentido instrumental? ¿Por qué esforzarse para conseguir un fin -la maximización de la función objetivo- que ya nos está *dado* y que nos somete a su preservación? Cuando la "necesidad" de satisfacer es de tipo identitario -como sostienen los autores del modelo- el modo de su satisfacción no depende ya sólo del sujeto que debe actuar, sino también de las relaciones que éste mantiene con los otros. En este sentido se afirma que la relación tiene valor en sí. Pero *el contenido de la relación no es previsible hasta el momento en que ésta haya comenzado a desarrollarse*. ¿Y entonces? Que no es posible describir las funciones que representan el problema de la elección del sujeto, como, en cambio, lo hacen Benabou y Tirole.

Dicho en otros términos, el límite serio de las modelizaciones como la referida aquí no es tanto que no logran tratar de modo adecuado

los aspectos relacionales de la interacción social, cuanto, más bien, que "pretenden" hacerlo a partir de un planteo teórico de tipo individualista y bajo la guía de instrumentos analíticos -básicamente funcionales a la utilidad por maximizar bajo condicionamientos- que, desde un comienzo, habían sido preparados para tratar las relaciones entre el hombre y la cosa (o entre hombre y naturaleza). Ya C. A. Pigou en su célebre *The Economics of welfare* de 1920 había advertido que, con los instrumentos del cálculo utilitario, el economista se habría debido "contentar" con ocuparse de la sola dimensión material del bienestar humano y no también de la espiritual o -como aquí se la denomina- expresivo-identitaria. "Objeto de la economía del bienestar -escribía Pigou- es la investigación de las influencias predominantes a través de las cuales sea posible aumentar el bienestar económico del mundo y de un país determinado" (p.2) (el "bienestar económico", para Pigou, era aquel componente del bienestar humano que puede ser expresado en términos monetarios). Advertencia que luego será retomada y recalcada con fuerza por J. Hicks en *Value and Capital* de 1939. El gran economista de Oxford, en efecto, había comprendido que, en cuanto uno se pone a considerar el componente identitario del carácter humano, el supuesto de las preferencias *dadas* y *exógenas* no puede ser mantenido. Pero si las preferencias individuales son cambiantes y (al menos en parte) endógenas, entonces no es ya posible presentar modelos como los de Benabou y Tirole.

Por la vía filosófica, Mathieu llega a la misma conclusión cuando escribe: "La misma finalidad del tener se pierde, si se pretende *comenzar* desde ahí. Hoy se advierten muchos indicios de esto... En realidad, si se pierde el ser, también se nos escapa el tener. Pero ésta no es la razón por la cual se debe volver a una cultura del ser: es sólo el indicio de que la relación ha sido invertida, con respecto al orden natural. Volviendo el tener a su posición 'secundaria' se reencontrará aquel orden que, cuando se invierte, vacía el tener mismo" (2005, p.81).

Desde un ángulo diverso, Gui y Sugden (2005), desarrollan un argumento similar cuando, después de haber echado luz, bajo la guía de la evidencia empírica, sobre los numerosos nexos que vinculan entre sí la esfera económica y el mundo de las relaciones interpersonales, se preguntan si y hasta qué punto el paradigma predominante en economía está en condiciones de aceptar la instancia de la relacionalidad. La respuesta es clara: no sólo en una medida bastante inadecuada sino que, lo que es peor, de manera distorsiva. No es difícil explicarlo. En efecto ¿qué encontramos en el fondo de la "received view"? Aquella teoría de la elección racional que supone poder explicar el comportamiento económico a partir únicamente de las preferencias y creencias de los agentes. Lo cual significa que las disposiciones, motivaciones y sentimientos morales serían un añadido, también interesante y útil a nivel descriptivo, pero incapaz de afectar de modo significativo la valencia

explicativa de la *rational choice*. Esta, en efecto, presta atención a la sola dimensión cognitiva de las interacciones entre sujetos y no a las dimensiones afectiva y moral. Sin embargo, las cosas no se plantean en estos términos, como ha sido revelado por la misma teoría de los juegos evolutivos y por la economía comportamental, las cuales van poniendo en evidencia, desde hace ya un tiempo, que el componente afectivo del proceso decisorio -piénsese en esos estados emotivos que se expresan mediante señales, los cuales, mientras son difícilmente controlables por el agente, son, en cambio, claramente reconocibles por los otros partners con los que el agente interacciona- tiene efectos, a veces decisivos, sobre los resultados de la interacción. La verdad es que las relaciones interpersonales activan mecanismos de transmisión de la información que la teoría de la elección racional se prohíbe tomar en consideración.

Pero hay más. El otro gran límite de la teoría de la 'elección racional' es la de no considerar que la identidad del agente -tal como fue definida, por ejemplo, en Akerlof y Kranton (2000)- acota la posibilidad de elección o de acción. Antes bien, se puede decir que la identidad es el límite de los límites que puede restringir a tal punto el espacio de elección del sujeto hasta convertir, de hecho, en banal justamente su problema de elección. Entonces, no existe sólo el condicionamiento de equilibrio como limitador de las elecciones del individuo, sino también el vínculo identitario, que, sin embargo, es sistemáticamente ignorado. Es plenamente legítimo que la teoría económica no deba ocuparse de la identidad personal -después de todo, así ha sido durante casi dos siglos. Lo que no se puede admitir es que se trate las cuestiones identitarias permaneciendo dentro de un esquema de pensamiento que ve las relaciones interpersonales como si fuesen relaciones entre el hombre y las cosas. Y no se puede admitirlo por la simple razón de que si la elección no implica compromisos y efectos vinculantes, dado que todo puede ser anulado o revocado apenas se ofrecen oportunidades ventajosas, entonces también las identidades pueden serlo. Pero una identidad que puede ser anulada (o revocada) ya no es tal.

Conviene hacer una breve mención de una segunda razón, que habla del interés creciente en economía con respecto a las relaciones interpersonales. Es cosa hoy aceptada, incluso dentro del *mainstream*, que la hipótesis de homogeneidad motivacional de todos los agentes carece de todo fundamento (Zarri, 2006). Es decir que el mundo económico está poblado no solamente de sujetos asociales (que no producen daño ni desean favorecer a los otros) sino también de sujetos antisociales (como el malévolo que disfruta de las desgracias ajenas o el envidioso que, a condición de acarrear un daño a otros, está dispuesto a soportar un costo específico) y de sujetos prosociales (el acto prosocial es tal no porque produce un interés público, sino porque es cumplido *en vistas* al interés público). Las investigaciones empíricas documentan *ad abundantiam* esta pluralidad de tipos en nuestra sociedad. A propósito de los comportamien-

to prosociales, piénsese en los consumidores, en número siempre creciente, que eligen comprar los productos del comercio justo y solidario, o en las finanzas éticas en continua expansión o en las empresas, también ellas en aumento, que van practicando formas de *democratic stakeholding*, no obstante no estar obligadas a ello o no obtener ventajas específicas de ello (Becchetti, Costantino, 2006).

¿Qué implica la aceptación de la heterogeneidad motivacional de los agentes? Básicamente, que no se puede eludir el problema de cómo los sujetos eligen su propio sistema motivacional; ni se puede eludir el estudio de los resultados de las interacciones entre sujetos caracterizados por diversas estructuras disposicionales. Por ejemplo, si tipos diversos aciertan a interactuar en el mercado, ¿de qué depende que, en situación de equilibrio, termine prevaleciendo uno u otro tipo? Y además: puesto que las disposiciones de las personas responden, al menos en parte, al cambio del orden económico institucional, ¿cómo hacer de modo que el diseño institucional se mantenga neutral, es decir, no opere a favor de uno o de otro tipo? Preguntas de este género son relevantes porque, si es verdad que las relaciones son realizadas por los individuos, es igualmente verdadero que ellas poseen una autonomía propia, tanto que frecuentemente los individuos entran en conflicto con las relaciones y no sólo con otros individuos. ¿Que es, entonces racional en la relación? La teoría de la elección racional no nos ayuda a tal propósito. Tratemos de comprender la razón de ello.

Como se sabe, para esta teoría, el económico es un comportamiento que tiende a un objetivo (*goal-seeking*); no un comportamiento orientado por un valor (*value-oriented*). La elección racional, por eso, no tiene necesidad de tomar en consideración también las motivaciones del agente. Le basta el conocimiento de las intenciones, es decir, de los fines que éste pretende conseguir. Siendo libre de expresar cualquier tipo de preferencias y cualquier tipo de fines, la existencia de disposiciones particulares se reflejará en la forma específica de la función objetivo. Ahora bien, puesto que el fin de la acción tiene naturaleza subjetiva, los condicionamientos bajo los cuales la función objetivo es maximizada deben tener naturaleza objetiva; en caso contrario, se perdería la científicidad de las proposiciones a que la teoría aspira. El gran mérito de la *rational choice* es, entonces, el de explicar la acción humana como respuesta a las variaciones de los parámetros que definen el problema de la elección. (Para las teorías organicistas del comportamiento, en cambio, el actor obra en respuesta a normas sociales o a determinadas matrices culturales).

¿Dónde está, entonces, el talón de Aquiles de la teoría de la *rational choice*? En el hecho de que no siempre los condicionamientos son objetivamente determinables, lo cual sucede -como lo sugieren Koppl y Whitman (2004)- todas las veces en que la determinación de lo que al agente le es consentido hacer o no depende de sus motivaciones o de la

trama de sus relaciones personales. Valga un ejemplo: el gobierno anuncia una restricción severa en la concesión de los permisos de estadía a los inmigrantes. Para el empresario dispuesto a llegar a acuerdo con los traficantes, a condición de obtener la fuerza de trabajo que necesita, esto no constituye un condicionamiento ineludible. No así, en cambio, para el empresario que considera no lícito mantener relaciones con los traficantes. El sentido del ejemplo es claro: que un cierto cambio de las condiciones bajo las cuales se desarrolla la acción económica represente o no un condicionamiento objetivo, depende de la constitución moral del sujeto y del contexto de referencia en el cual está incorporado. En estos casos, la estructura dicotómica del problema de elección -por un lado, están los fines subjetivos y, por otro, los condicionamientos objetivos- no es ya sostenible.

El hecho de que los seres humanos viven también en la dimensión de los símbolos conduce inexorablemente a la idea de relacionalidad. El elemento que falta en la teoría económica tradicional es la persona en relación, teoría que no logra advertir que cuanto concierne a la persona no debe ser buscado en las personas mismas, sino entre ellas. Esto explica por qué, por ejemplo, la "new social economics" de Durlauf, Murphy y otros, que, sin embargo, admite el supuesto del autointerés informado por parte de los agentes, da respuestas tardías y frecuentemente previsibles (Zanella, 2006). En efecto, esa teoría parte de la idea de un individuo que, a la manera de los hongos de que habla T. Hobbes en el *De cive*, entra en escena ya formado: el yo existe antes que la relación, la cual adquiere un valor sólo instrumental. Es por esta razón que esta tendencia no logra captar el significado propio de la noción de reciprocidad, la cual es interpretada como un caso especial del intercambio de equivalentes; el caso en el cual los agentes persiguen el autointerés informado. Lo que le falta a la economía *mainstream* es la "relación de reciprocidad reconociente" (Vigna, 2002). Estando así las cosas, el objetivo por alcanzar es, entonces, el de pensar un sujeto capaz de conjugar libertad de elección y relaciones, porque, si es verdad que la toma en consideración de la sola relación terminaría dando lugar a un equívoco comunitarismo (según el cual el individuo se deriva de lo social), es igualmente verdadero que la sola libertad de elección no nos conduciría fuera de la fusión individualista (para la cual lo social es el simple producto de las interacciones individuales).

3. Gratuidad y obrar económico

Paso ahora a la segunda de las cuestiones enunciada en la Introducción: por qué una ciencia económica relacional necesita dar lugar al principio de gratuidad, es decir -como precisaré- al principio del don como reciprocidad. Es un hecho que, como recordaba arriba, también dentro del discurso económico, han comenzado a circular, con una alterna

intensidad de interés, los temas del don y de la acción gratuita. Esto ha ocurrido a partir de la onda de interés creciente por los modos de intervención de las organizaciones de la sociedad civil y del voluntariado en particular, por un lado, y por el amplio debate en torno a los contenidos de la responsabilidad social de la empresa, por otro. Y, sin embargo, una semejante abundancia de estudios e investigaciones no ha servido para aclarar la cuestión de fondo: ¿podemos contentarnos con la definición corriente de acción gratuita, según la cual sería definida por la no remuneratividad de las prestaciones, por la espontaneidad de la acción, por el beneficio aportado a los otros? Realmente no lo creo.

En efecto, ¿que se quiere decir con no remuneratividad? ¿Se quiere decir tal vez que quien practica la gratuidad no recibe pago alguno ni en dinero ni en especies? No basta. También el regalar responde a esa característica. Efectivamente, no son raros los casos de sujetos que deciden realizar gratuitamente una cierta actividad por un determinado lapso de tiempo en -supongamos- una organización de voluntariado a cambio de la promesa, obviamente no formalizada, de una sistematización laboral futura, o como forma de inversión específica en reputación. Como se sabe, la reputación es un verdadero y propio *asset* patrimonial que puede ser acumulado o disminuido y que confiere a su poseedor el goce de una específica renta de posición. En tales casos la no remuneratividad puede convertirse en fácil biombo de fines que tiene muy poco que ver con la gratuidad. En sustancia, el pago de las prestaciones o, más en general, la falta de recompensas (presentes o futuras) no asegura, *de por sí*, la gratuidad, la cual es esencialmente una virtud, que postula una disposición de ánimo. Sólo lo que nace de una motivación intrínseca puede ser verdaderamente gratuito, porque es verdaderamente libre (Bruni, 2006). En otros términos, solamente el acto que dimana de normas interiorizadas y no del deseo de conseguir algún objetivo -incluso el de la autogratificación- puede ser propiamente gratuito. Obsérvese, empero, para evitar equívocos, que esto no significa de ningún modo que la falta de remuneración (pecuniaria o no) no sea un requisito importante para definir la naturaleza de la acción gratuita. Significa, más bien, que ella es sólo un indicio gracias al cual se puede intuir si un don es real o sólo aparente. Al mismo tiempo, la gratuidad no implica el desinterés total, como oportunamente los subraya Caillé (1998). Hay un interés superior en el fondo de la acción gratuita: construir la fraternidad. En nuestras sociedades, el don es, en primer lugar, don a la fraternidad -como lo aclararé más adelante.

En segundo lugar, ¿qué decir del *modo* en que el obrar donativo persigue el objetivo de aportar beneficio a terceros? Si un cierto número de personas bien intencionadas hacia los otros, por ejemplo porque son altruistas, deciden dar vida a una organización a la cual suministran, sin contrapartida, recursos de varios tipos para "hacer algo" en favor de determinada tipología de necesitados, ésta será una organización

filantrópica, ciertamente benemérita y socialmente útil, pero no por esto es ya una organización donde se practica la gratuidad. En efecto, la especificidad de esta última es la construcción de particulares vínculos entre las personas. Mientras la organización filantrópica hace para los otros, el obrar gratuito hace *con* los otros. Es justamente esta característica lo que diferencia la acción auténticamente gratuita de la beneficencia privada, típica de la filantropía. En efecto, la fuerza del don gratuito no está en la cosa dada ni en el quantum de lo dado -cosa que sí ocurre en la filantropía, al punto que existen los niveles o las clasificaciones de mérito filantrópico- sino en la cifra que el don representa por el hecho de constituir una relación entre personas.

En otros términos, mientras la filantropía genera casi siempre dependencia en el destinatario de la acción filantrópica, la acción gratuita genera, en cambio, reciprocidad y, por ende, libera a quien es destinatario de la acción misma de aquella "vergüenza" de la que habla Sennett (2005) y que evoca el bien conocido aforismo de Tácito: "Los beneficios se agradecen en la medida en que pueden ser retribuidos. Cuando son demasiado grandes, en cambio, en lugar de gratitud, generan odio". No es propiamente gratuita la acción de quien, más allá de las intenciones subjetivas, no le permite al beneficiario efectuar un contra-don. Si quien recibe gratuitamente, no es puesto en las condiciones concretas de reciprocitar, terminará sintiéndose humillado, porque se sentirá insignificante. Tomás de Aquino sostenía que para poder corresponder a un don (real) es necesario que el beneficiado presente otro don (real), no un mero equivalente de cuanto se ha recibido. El don gratuito, por su naturaleza, provoca siempre la activación de la relación intersubjetiva por excelencia, que es la de la reciprocidad. Y sólo con la reciprocidad se realiza el reconocimiento recíproco, que es precisamente aquello de lo que se alimenta el respeto de sí. El reconocimiento es el fenómeno mediante el cual un sujeto recibe acogimiento y existencia en el mundo de los otros.

En esto radica -como se puede comprender- el principio generador de la sociabilidad humana, para distinguirla de la sociabilidad no humana. La acción gratuita es aquella que practica el difícil arte de tratar *con respeto* la necesidad que es percibida en el otro. La lógica del don gratuito, en efecto, se basa en la circunstancia de que el vínculo sustituye el bien dado o, en todo caso, que el primero es más importante que el segundo. No ocurre así, en cambio, en el don no gratuito, es decir en el don como regalo, donde lo que cuenta es la entidad (o el valor) del bien dado. Justamente por esto el intento de aportar beneficio a los otros, no es suficiente, de por sí, para caracterizar la autenticidad de la acción gratuita. En el don como regalo, te doy para recibir -es ésta la lógica del intercambio de dones, del *gift exchange*-; en el don gratuito o en el don como reciprocidad, te doy para que puedas, a tu vez, dar (no necesariamente a mí). Si se considera que nunca es verdad que uno recibe lo que da, sino, al contrario, que uno da sólo si, en cierta manera, ha hecho la

experiencia del don, se logra comprender dónde está la fuerza explosiva de la auténtica acción gratuita (Smerilli, 2006).

Llego a la tercera razón de insatisfacción con respecto al modo corriente de definir la gratuidad. Como se sabe, el ser humano se descubre en la relación interpersonal y, por consiguiente, su necesidad fundamental es la de la reciprocidad (Bruni, 2006b). Siendo una relación personal, la reciprocidad se diferencia del intercambio de equivalentes propiamente en el hecho de que, mientras en éste último la presencia de los sujetos contrayentes es pleonástica, al punto de poder ser subrogada por intermediarios o por "espectadores imparciales", el objeto principal de la reciprocidad es, primariamente, la relación misma entre personas. Como lo ilustra magistralmente Vivenza (2004), para Aristóteles, en la reciprocidad hay proporcionalidad, no igualdad: el valor de la cosa intercambiada no es igual al valor de la cosa recibida -como sucede en el intercambio de equivalentes- sino que es proporcional a la capacidad efectiva de contraintercambiar de quien ha recibido el dono inicial. Lo que une a la *pólis* es la restitución según proporción -según se nos aclara en la *Ética nicomaquea*- y lo que, en consecuencia, hace posible en el tiempo el intercambio comercial. Esto significa que el intercambio de equivalente no es el principio fundador de la economía de mercado, sino un principio derivado del de reciprocidad. Fuera de un contexto de sociabilidad humana, el intercambio comercial no logra producir los resultados que se esperan de él, porque la fuerza de la ley no siempre logra hacer que se cumplan las obligaciones nacidas del contrato.

En definitiva, la salida del yo hacia un tú del que siempre se tiene necesidad es, entonces, lo que define la gratuidad de la acción donativa. En efecto, si, contrariamente a cuanto postula la concepción individualista, que concibe al sujeto como sin relaciones, asocial, construyo mi identidad en relación con el otro, entonces mi yo se produce sólo a través de un proceso de relación con el otro. Como Smith lo comprendió con claridad, la necesidad de ser aprobado y alabado, es decir, la necesidad de reconocimiento, es típica del hombre, el cual es el único animal sensible al pensamiento y al juicio de los otros. En este sentido, siempre tengo necesidad del otro. Como sugiere Vigna (2002), dar gratuitamente a otro es siempre darse a sí mismo a los otros, cualquiera que sea el objeto que se da.⁸

¿Por qué es importante esta definición de don gratuito? Porque, como lo ha explicado paladinamente la escuela francesa de Mauss, hay una concepción del don típica de la premodernidad, la cual, sin embargo, continúa subsistiendo todavía hoy, según la cual el don se reduciría

⁸ Los primeros estudios sistemáticos sobre el principio del don como reciprocidad se remontan al período del Humanismo civil. Para una excelente reconstrucción en clave histórica, remito al monumental trabajo de Guidi (1999).

siempre a una estructura subyacente de intercambio. Esta es la concepción de don como *munus*, como instrumento para comprometer al otro, hasta someterlo. Para una tal concepción, el don, paradójicamente, se convierte en una obligación para preservar el vínculo social: la vida en sociedad exige la práctica del don, la cual, por eso mismo, se convierte en una norma social de comportamiento, vinculante como todas las otras normas de ese tipo. No es difícil comprender cómo tal concepción del don, si bien echa luz sobre importantes dinámicas comunitarias presentes en toda cultura, no preserva ni la espontaneidad ni la verdadera garantía de la acción donativa. Sin embargo, por extraño que parezca, está muy enraizada la idea de que la gratuidad se basa en la noción de don como *munus*. En cambio, sabemos que puede haber don sin gratuidad -como justamente ocurre en el intercambio ceremonial de dones- y, viceversa, gratuidad sin don (Pelligra, 2006). Pues bien, lo que exige el paradigma relacional es la acción que logra aunar don y gratuidad, es decir, que logra conjugar la ayuda al otro con el reconocimiento de sus capacidades personales.

En este sentido la categoría del don gratuito incluye en su interior la dimensión del interés. Sin embargo, la actual concepción del interés se ha alejado tanto del significado originario (*inter-esse*, estar en medio) que cuando se lo usa, se lo entiende casi siempre con connotaciones negativas en lo moral. La verdad es que el don no es en absoluto incompatible con el interés del donante, si éste es entendido como interés en estar en relación con el otro. Como si dijéramos que el don gratuito se hace a sabiendas, en vistas al establecimiento de un vínculo. El filántropo puro, en cambio, no tiene este interés, al punto que no tiene necesidad de conocer la identidad de aquellos a los cuales se dirige su beneficencia. La persona implicada simplemente "no es vista". Dicho de otra manera, el hecho de que a nivel de superficie los términos contrapuestos de interés y de gratuidad aparezcan inevitablemente entrelazados entre sí no anula en absoluto la especificidad del don gratuito como tal. Hay, en efecto, una dimensión más radical del don gratuito que se presenta como la dimensión de profundidad en la cual una persona es "constituida" o bien es puesta en el mundo sólo si y cuando otra persona la reconoce o satisface sus necesidades. Aquí la gratuidad excede el cálculo de interés por el simple hecho de que no hay simetría entre los sujetos en cuestión. El pobre extremo no está ciertamente en una situación de simetría con el voluntario que va hacia él. Lo mismo vale para el niño en su relación con sus padres o para el moribundo en su relación con quien lo asiste.

El dominio cultural, hasta ahora indiscutido, de la razón utilitarista convierte en opaca la presencia del don gratuito. Empero, éste, en realidad, existe, y es ampliamente practicado. Luis Hyde (1983) ha podido demostrar que el don gratuito y su lógica han estado siempre bien presentes en las sociedades occidentales contemporáneas. ¿Como explicarse, entonces, las resistencias, tan duras de morir, a comprender

que la gratuidad auténtica es la que practica el don como reciprocidad? La respuesta que considero más plausible es que la relación de reciprocidad continúa siendo confundida con la del intercambio de equivalentes (Zamagni, 2002). El hecho es que nuestra cultura está tan imbuida de economicismo que, toda vez que escuchamos hablar de relaciones biunívocas entre dos sujetos, somos instintivamente llevados a leer en ello una subyacente, aunque indirecta, relación de intercambio de equivalentes.

Esta es una de las pesadas herencias intelectuales de la modernidad. "Para que haya don -escribe Jacques Derrida- es necesario que el don no aparezca, que no sea percibido como don" (1996, p.18). Pero tal don no puede existir, es imposible -según Derrida- porque el hombre es un ser ontológicamente autointeresado, es decir, egocéntrico. Si el don tiene una intención, si significa algo para el donador, ya no es un don. Para Derrida, el único don posible no debería tener ninguna motivación, debería ser enteramente desinteresado. La cultura de la modernidad pone, entonces, el don como una suerte de absoluto que, por el hecho de ser tal, es -como ella misma declara- imposible de realizar. Es la cuestión -central en el debate filosófico contemporáneo- de la "sospechabilidad" del don, como un gesto que pretendería ser gratuito y que todavía aparece constantemente atravesado por elementos de interés que mancillan su pureza. El único acto posible sería el de la beneficencia privada, es decir, la filantropía que, como se sabe, es perfectamente compatible con la instancia individualista.

No muy distinta, en cuanto al resultado final al que conduce, es la posición de un filósofo posmoderno como E. Levinas, que parte de la idea de exilio, de nomadismo. Para el filósofo francés, la orientación hacia el otro, en la cual el sí-mismo es rehén del otro, significa que siempre vivimos más allá de nosotros mismos. Sólo nos salvamos en este movimiento hacia el otro. La preocupación de "sentirse responsable del entero edificio de la creación" sería el verdadero fundamento de la gratuidad. Considero que concepciones de este tipo son inaceptables y peligrosas. Inaceptables porque la base de la sociabilidad humana no puede ser "el exilio" (la *kénosis*) desde el momento que, si es verdad que el huésped que hospeda debe recibir al huésped que es hospedado, es igualmente verdadero que este último debe recibir la hospitalidad ofrecida. Peligrosa porque Levinas llega a proponer una economía que requiere "la ingratitud del otro", dado que la gratitud sería "el retorno del movimiento a su origen". Esto equivale a decir que en la economía del don no puede haber reciprocidad. Lo cual es sencillamente aberrante porque la sociabilidad no es sólo solicitud *por el otro*, sino también solicitud del otro *por mí*.

¿Cómo explicar la dificultad, si no es precisamente por la aversión de tantos estudiosos a insertar en el discurso económico la lógica del don gratuito? Mi respuesta es el temor que estos autores cultivan de que ella pueda mancillar al mismo tiempo, ya sea la lógica del mercado,

sea la del Estado. Intentaré explicarme. Como es conocido, si para el individualismo (ontológico) el análisis del comportamiento humano debe ser reducido a puro cálculo de intereses, para el estructuralismo organicista el comportamiento se reduce a mero engranaje en el interior de una estructura dotada de una autonomía suya propia. De ahí se sigue que mientras que para la visión individualista, la práctica del don es leída como acto privado que deriva de una cierta configuración de preferencias individuales dadas desde afuera, la visión estructuralista lee el don como una forma *sui generis* de intercambio que "anticipa" el mercado. A tal punto que en la conceptualización de Mauss, es tan verdadero que el don no se opone al intercambio (de equivalentes) que el título mismo del ensayo del célebre antropólogo los asimila: "Ensayo sobre el don. Forma y motivos del intercambio en las sociedades arcaicas". Todavía más relevante es el título de la *Introducción*: "Del don y en particular de la obligación de intercambiar los regalos" (cursivas mías). En sustancia, puesto que el don gratuito excluye el cálculo y puesto que sin cálculo no puede existir el mercado, entonces, el don es reducido a beneficencia privada, un acto éste perfectamente explicable bajo la guía de los cánones, sea del individualismo, sea del estructuralismo. Al mismo tiempo, el don gratuito tampoco es compatible con la lógica de la autoridad (o de la jerarquía) que es típica de la acción del Estado. En definitiva, sólo dentro del paradigma relacional es posible ver el don gratuito como acontecimiento que funda el intercambio (de equivalentes) y no al revés, como realidad más profunda que la del intercambio.

4. El retorno del principio de reciprocidad en economía

¿Cómo hacer para consentir que el mercado pueda volver a ser, como lo fue en el período del Humanismo civil, un medio para reforzar el vínculo social a través de la promoción, sea de prácticas de la distribución de riqueza, que se sirven de sus mecanismos para alcanzar la equidad, sea de un espacio económico en el cual los ciudadanos que libremente lo eligen pueden realizar y, por ende regenerar aquellos valores (como gratuidad, confianza, simpatía) sin los cuales el mercado mismo no podría durar mucho? La condición que debe ser satisfecha es que se pueda afirmar *dentro* del mercado -y no ya afuera de él o contra él- un espacio económico formado por sujetos cuyo obrar esté inspirado en el principio de reciprocidad. El aspecto esencial de la relación de reciprocidad es que las transferencias que ella genera son indisociables de las relaciones humanas: los objetos de las transacciones no son separables de los que las realizan, es decir, que en la reciprocidad el intercambio deja de ser anónimo e impersonal como ocurre, en cambio, con el intercambio de equivalentes

La pregunta que surge espontáneamente es: ¿en el contexto de economías de mercado como son las que *hoy* conocemos, es posible que

sujetos cuyo *modus operandi* se funda en el principio de reciprocidad logren no sólo emerger sino también expandirse? -en otros términos, ¿qué espacio pueden conquistar conceptos como fraternidad, reciprocidad, gratuidad en un ámbito como el económico, donde la tendencia a la impersonalidad y a la pérdida de relevancia de los vínculos intersubjetivos es no sólo fuerte, sino directamente condición de una buena conducción de los negocios? Conocemos la respuesta de quienes se reconocen en la línea de pensamiento de Polanyi - Hirschman - Hirsch - Hollis, para citar, solamente los autores más representativos. La idea central de éstos es que los agentes económicos, interviniendo en el mercado regulado por el solo principio del intercambio de equivalentes, son inducidos a adoptar modos de deliberación exclusivamente autointeresados. Con el andar del tiempo, ellos tenderán a transferir estos modos a otros ámbitos sociales, incluso a aquellos en lo cuales la consecución del interés público exigiría la adopción de actos virtuosos (virtuoso es el acto que no simplemente *es* de interés público, sino que es cumplido *porque es* del bien común). Esta es la tesis del contagio, tan cara a K. Polanyi: "el mercado avanza sobre la desertificación de la sociedad".

Es en parte diversa en la argumentación, pero convergente en la conclusión la posición de Hirschman (1982), según la cual la virtud, siendo un acto bueno repetido muchas veces y cuyo valor aumenta con el uso, como enseñaba Aristóteles, depende del hábito adquirido por un individuo. De ahí se deriva que una sociedad en la cual se privilegian instituciones, económicas y políticas, que tiende a economizar el uso de la virtud por parte de los ciudadanos, es una sociedad que no sólo verá disminuir su patrimonio de virtudes sino que encontrará difícil reconstruirlo. Y esto es así porque la virtud, como los músculos, se atrofia con el desuso. Brennan y Hamlin (1995) hablan, con respecto a este tema, del "músculo moral": la economía en el uso de la virtud excluye la posibilidad de producir virtud. Y, por consiguiente, cuanto más uno se confía a instituciones cuyo funcionamiento está vinculado con el principio del intercambio de equivalentes, tanto más los rasgos culturales y las normas sociales de comportamiento de la sociedad serán congruentes con aquel principio. Análoga, aunque más sofisticada, es la conclusión a la que llega Martin Hollis (1998) con su "paradoja de la confianza": "Cuanto más fuerte es el vínculo de la confianza, tanto más una sociedad puede progresar, cuanto más progresa, tanto más racionales se vuelven sus miembros y, por eso, más instrumentales en el representarse unos a otros. Cuanto más instrumentales son, tanto menos capaces son de dar o recibir confianza. Así el desarrollo de la sociedad erosiona el vínculo que la hace posible y del cual tiene continuamente necesidad" (p.73).

Como se comprende, si estos autores tuvieran razón, bien pocas serían las esperanzas de poder dar una respuesta positiva a la pregunta formulada arriba. Pero, afortunadamente, la situación no es tan desesperada como podría aparecer a primera vista. En primer lugar, el argumento

que guía la línea de pensamiento que critico sería aceptable si se pudiese demostrar que existe un nexo causal entre disposiciones virtuosas e "instituciones que hacen ahorro de las virtudes", un nexo por el cual se pudiese llegar a sostener que, operando sobre el mercado capitalista, los agentes, con el tiempo llegan a adquirir por contagio una consigna individualista (autointerés más racionalidad instrumental). Ahora bien, si se prescinde de la circunstancia de que tal demostración nunca fue realizada, el hecho es que personas con disposiciones virtuosas, obrando en contextos institucionales en los cuales las reglas de juego son forjadas a partir del supuesto del comportamiento autointeresado (y racional), tienden a obtener resultados superiores con relación a los obtenidos por sujetos movidos por disposiciones egocéntricas. Un ejemplo basta: piénsese en las múltiples situaciones descritas por el dilema del prisionero. Desarrollado por sujetos no virtuosos -en el sentido arriba especificado- el equilibrio al que llegan es siempre un resultado por debajo de lo óptimo. Efectuado, en cambio, por sujetos que atribuyen un valor intrínseco, es decir, no instrumental, a lo que hacen, el mismo juego conduce a la solución óptima. Generalizando por un instante, el hecho es que el sujeto virtuoso que opera en un mercado que se rige sobre el solo principio del intercambio de equivalentes "florece", porque hace lo que el mercado premia y valoriza, aunque el motivo por el que lo hace no es la consecución del premio. Como escriben Brennan y Hamlin (1995), el premio refuerza la disposición interior, porque rinde menos "costoso" el ejercicio de la virtud.

En segundo lugar, la tesis de Polanyi y de los otros estudiosos citados arriba exige, para ser válida, que las disposiciones virtuosas resulten de los comportamientos, cuando es exactamente lo contrario, Ni siquiera el conductismo más exagerado, llega a sostener que el comportamiento es un *prius* con respecto a las disposiciones de ánimo. No sólo esto, pero si aquella tesis fuese verdadera, no se lograría explicar por qué, en las condiciones históricas actuales caracterizadas por la preponderancia de instituciones que "hacen economía de las virtudes", se asiste a un florecimiento de organizaciones de la sociedad civil (desde el voluntariado a las cooperativas sociales, de las empresas sociales a las organizaciones no gubernativas, etc.). Esto sucede porque la naturaleza de lo que induce al actor a elegir comportarse de manera virtuosa es relevante. En efecto, que un sujeto se comporte de modo virtuoso por temor a la sanción (legal o social, cualquiera que sea) o porque está intrínsecamente motivado a comportarse de tal manera constituye una enorme diferencia.

Hemos llegado, así, al punto central del discurso: en un contexto como el actual, en el cual son dominantes las instituciones económicas basadas en el principio de intercambio de equivalentes, ¿qué puede poner de manifiesto la posibilidad de un obrar virtuoso -en el sentido de las virtudes cívicas- capaz de generar resultados positivos tales como para activar el mecanismo de elección de las disposiciones de que he hablado

arriba? Mi propuesta es: la acción gratuita. Este es el importante papel a cumplir por sujetos -individuales y colectivos: que, fundando el propio obrar en el principio de reciprocidad, terminan contagiando los otros tipos de relaciones. Se trata de una suerte de ley de Gresham a la inversa: ¡la moneda buena atrae la mala! En efecto, si -como hemos escrito- la gratuidad es esencialmente una modalidad específica del desarrollo de la relación interpersonal, está en condiciones de extenderse, en principio, también a aquellas esferas del obrar económico que están a igual distancia tanto de la preponderancia del principio del intercambio de equivalentes y del principio de redistribución. Lo cual equivale a afirmar que la gratuidad es operable tanto con la búsqueda del beneficio cuanto con el cumplimiento del deber.

Pero esto puede llevarse a cabo bajo una condición: que se comprenda que la reciprocidad no se agota en la proximidad (literalmente, próximo es el *philos*, es decir mi igual, mi vecino por cultura y etnia). Ricouer escribió (1994): "Si yo estuviese solo con el Otro, le debería todo. Pero está el Tercero ... El Tercero es otro con respecto al prójimo. Pero también un prójimo del Otro y no únicamente mío" (p.21). Sólo con el Tercero es como la sociedad nace -como nos recuerda Baumann- y, por ende, también la economía. Pues bien, el sentido de la gratuidad hoy es el de abrir la fraternidad, de ir más allá de la proximidad que se funda en el rechazo inmunológico de lo extraño y lo diverso. Nunca hay que olvidar que lo que erosiona el vínculo social no es el mercado de por sí, sino un mercado reducido al solo intercambio de equivalentes; no, por ende, el mercado civil sino el "incivil" porque no está edificado -como bien lo sabían los humanistas civiles del siglo XV- sobre el principio de reciprocidad.

5. Para concluir

Me complace terminar con una observación acerca de la relación entre gratuidad y ética de las virtudes. Como Adam Smith, siguiendo la huella del pensamiento inaugurado por los humanistas civiles, había comprendido, el orden institucional de la sociedad debe ser forjado de manera que favorezca la difusión de las virtudes cívicas entre los ciudadanos. Si los agentes económicos no acogen ya en su estructura de preferencias aquellos valores que se desea que sean afirmados en la sociedad, no habrá nada que hacer. Para la ética de las virtudes, en efecto, la ejecutoriedad de las normas depende de la constitución moral de las personas; es decir, de su estructura motivacional interna, antes que de sistemas de *enforcement* exógeno, como pueden ser los esquemas de incentivo y las normas legales (Zamagni, 2005a).

El punto que merece ser subrayado específicamente es que la cifra de la ética de la virtud es su capacidad para resolver, superándola, la contraposición entre interés propio e interés por los otros, entre egoísmo

y altruismo. Esta contraposición, hija de la tradición de pensamiento individualista, es la que nos impide captar lo que constituye nuestro bien. Una de las falsas necesidades a las que nos ha habituado aquella tradición de pensamiento es ver los términos que describen las duplas independencia-pertenencia, eficiencia-equidad, autointerés-solidaridad como alternativas. Todo incremento del sentido de pertenencia es visto como una reducción de la esfera de la libertad; todo avance en el frente de la eficiencia, como una amenaza a la equidad; toda mejora del interés individual como un debilitamiento del sentido de solidaridad. Es necesario liberarse de estas antinomias, porque son falsas además de obsoletas. La vida virtuosa es la vida mejor no sólo para los otros sino también para sí mismo. En esto radica el significado propio de la noción de bien común, el cual no es reducible a la mera suma de bienes individuales. Más bien, el bien común es el bien del mismo estar en común. Es decir el bien de estar insertados en una estructura de acción común, como es, en general, la acción económica. Nótese que mientras público es contrario de privado, común es contrario de propio. Al mismo tiempo, sin embargo, el bien común no es dissociable del bien individual. El bien de cada uno no desaparece, de manera indiferenciada, dentro de una magnitud que es la suma de los bienes de cada uno. En esto radica la diferencia profunda entre bien común y bien colectivo.

El provecho específico que nos ofrece la ética de las virtudes es el de liberarnos de la obsesiva idea platónica del bien, una idea en base a la cual habría un bien a priori del cual debe "extraerse" una ética que debemos usar como guía de nuestras acciones. Aristóteles -que es el iniciador de la ética de la virtud-, en total desacuerdo con Platón, nos indica, en cambio, que el bien es algo que sucede, que se realiza mediante las obras. En esto está la clave para dar respuesta a la pregunta referida al porqué "ser éticos". En efecto, si no es bueno para uno mismo el comportarse de modo ético, ¿por qué no hacer lo que es bueno para uno, antes que hacer lo que recomienda la ética? Por otro lado, si es bueno para uno mismo el "ser éticos", ¿qué necesidad hay de ofrecer incentivos a los sujetos económicos para que hagan lo que resulta en su propio beneficio? La solución al problema de la motivación moral del agente no consiste en fijarle constreñimientos (o darle incentivos) para que obre contra su propio interés, sino en ofrecerle una más completa comprensión de su bien. Sólo si la ética deja de ser considerada como puro conjunto de reglas, el problema de la motivación deja de ser tal, desde el momento en que estamos automáticamente motivados a hacer lo que creemos que es bueno para nosotros.

He aquí por qué cultivar la virtud de la gratuidad es tarea irrenunciable no sólo desde el punto de vista de la ciudadanía -cosa archisabida desde hace mucho- sino también desde el punto de vista de la economía. Puesto que los resultados económicos influyen -y cuánto!- en los resultados económicos, es necesario obrar de manera que el orden

económico-institucional de la sociedad aliente -y no penalice, como hoy tontamente ocurre- la difusión más amplia posible, entre los ciudadanos, de las prácticas de reciprocidad. Los resultados, después, seguirán, no obstante lo que piensan los escépticos de distintas ascendencias filosóficas.

El secreto de la acción gratuita está enteramente en lo siguiente: nos ayuda a dar vuelta la tradicional (y, digámoslo, frecuentemente consoladora) ética de la filantropía, al llevarnos a reflexionar en torno a la esencialidad de la dimensión de lo gratuito en cualquier instancia de la vida humana y, por ende, también en la económica. La cual, si no es ciertamente la única, tampoco es una dimensión de importancia secundaria. Si es verdad -como me parece- que la gratuidad puede ser pensada como la cifra de la condición humana, entonces ella debe caracterizar también el modo de ser de la economicidad. Hacer comprender cómo es posible hacer economía, obtener resultados de importancia permaneciendo en el mercado, sin cortar la relación con el otro, ésa es la gran contribución del principio de gratuidad.

Como nos lo recuerda la tesis de la doble hermenéutica, las teorías económicas no son nunca meros instrumentos neutrales de conocimiento y de explicación del comportamiento humano, desde el momento en que, de alguna manera, siempre inducen cambios en el comportamiento humano. Es decir que no transmiten solamente resultados de experimentos o simulaciones; también son, mucho o poco, instrumentos de cambio del carácter de los hombres. Por esto el economista no puede dejar de mantener una especial relación de buena vecindad con la antropología y con la ética -siempre que quiera seguir reconociendo a su propia disciplina la capacidad de concurrir a modificar de algún modo la realidad. Si, en cambio, la preocupación del economista es simplemente la de construir una máquina lógico-analítica que permita medir los efectos de determinadas medidas económicas, entonces, para un objetivo de ese tipo, el matrimonio entre economía y ciencias físico-matemáticas basta y sirve (Becattini, 2002).

Soy de la idea de que en la presente fase histórica el péndulo de Foucault está volviendo a privilegiar la relación entre economía y ética, y *pour cause*: porque durante los cambios de envergadura epocal -piénsese en el paso actual de la modernidad a la posmodernidad- las ciencias físico-matemáticas no tienen mucho que ofrecer. Más bien son capaces de dar respuestas, pero no de plantear las preguntas justas -y es justamente de éstas de las que tiene necesidad hoy la economía; y, antes que ninguna, de la pregunta por el hombre. Esta es mi explicación sobre la vigorosa y reciente reactivación del debate en economía sobre temas de la ética. Es cierto que la pluralidad de la teorías éticas y, sobre todo, la vaguedad con que son presentadas y discutidas son causa de gran desorientación entre los economistas de hoy, los cuales parecen lamentar la pérdida de las antiguas certezas -aquellas certezas que sólo las teorías

generales de la economía eran capaces de suministrar. Es un hecho que desde hace algunos decenios la disciplina no logra ya producir una teoría general, sino solamente "teorizaciones locales". Tal vez haya llegado el momento en que es conveniente comenzar a "buscar" de nuevo.

Bibliografia

- Akerlof G., Kranton R. (2000), "Economics and identity", *Quarterly Journal of Economics*, 115, 715-753.
- Becattini G. (2002), *Miti e paradossi del mondo contemporaneo*, Roma, Donzelli.
- Becchetti L., Costantino M. (2006), *Il commercio equo e solidale alla prova dei fatti*, Milano, Bruno Mondadori.
- Benabou R., Tirole J. (2005), "Incentives and prosocial behaviour", *IZA D.P.* 1695, July.
- Berti E. (2003), "Il dibattito sull'identità personale nella filosofia contemporanea", en A. Pavan (ed.), *Dire persona*, Bologna, Il Mulino.
- Brennan G., Hamlin A. (1995), "Economizing on virtues", *Constitutional Political Economy*, 6.
- Bruni L. (2006a), *Il valore della gratuità*, Roma, Città Nuova.
- Bruni L. (2006b), *Reciprocità*, Milano, Bruno Mondadori.
- Bruni L., Zamagni S. (2004), *Economia Civile*, Bologna, Il Mulino.
- Buber M. (1983), *Il problema dell'uomo*, Torino, ElleDiCi.
- Caillé A. (1998), *Il terzo paradigma. Antropologia filosofica del dono*, Torino, Bollati Boringhieri.
- Carlyle T. (1855), *Past and Present*, New York, Harper.
- Cavaleri P., Tapken A. (2004), "La relazione di reciprocità e l'altro nella psicologia contemporanea", *Nuova Umanità*, 2, 196-216.
- Colozzi I. (2005), "Approccio relazionale alla sociologia della morale" en P. Donati y P. Terenzi (eds.), cit.
- Deci E. (1999), "Meta-analytical review of experiments examining the effects of extrinsic rewards on intrinsic motivation", *Psychological Bulletin*, 125, 627-668.
- Demeulenaere P. (1996), *Homo oeconomicus: enquête sur la constitution d'un paradigme*, Paris, Presses Universitaires de France.
- Deridda J. (1996), *Donare il tempo e la moneta falsa*, Torino, Bollati Boringhieri.
- Donati P. (1991), *Teoria relazionale della società*, Milano, Franco Angeli.
- Donati P., Terenzi P. (2005), (ed.), *Invito alla sociologia relazionale*, Milano, Franco Angeli.
- Frey B. (1997), *Not Just for the money*, Cheltenham, E. Elgar.
- Gui B., Sudgen R. (2005) (eds.), *Economics and Social Interaction*, Cambridge, CUP.
- Guidi R. (1999), *Il dibattito sull'uomo nel '400*, Roma, Tiellemedia.

- Hirschman A. O. (1982), "Rival Interpretations of market society", *Journal of Economic Literature*, 20.
- Hollis M. (1998), *Trust within reason*, Cambridge, CUP.
- Hyde L. (1983), *The gift, imagination and the erotic life of property*, New York, Vintage Books.
- Janssen M., Mendys E. (2004), "The price of a price: on the crowding out and en of social norms", *Journal of Economics Behaviour and Organization*, 55, 377-395.
- Koppl R., Whitman D. (2004), "Rational choice hermeneutics", *Journal of Economic Behaviour and Organizations*, 55, 295-317.
- Marion J.L. (2001), *Dato che. Saggio per una fenomenologia della donazione*, Torino, SEI, (ed. orig. 1997).
- Marion J.L. (2006), "Ci salverà amare per primi", *Avvenire*, 25 Gennaio 2006.
- Mathieu V. (2005), "Vivere la speranza", *Nuovi Studi Politici*, 3, 4.
- Pareto V. (1968), *Manuel d'économie politique*, t. VII de las *Opere Complete*, Genere, Droz.
- Pizzorno A. (1991), "On the individualistic theory of social order", en P. Bourdieu y J. Coleman (eds.), *Social theory for a Clanging Society*, New York, Russel Sage Foundation.
- Pulcini E. (2003), *Il potere di unire*, Milano, Bollati Boringhieri.
- Ricoeur P. (1994), *Persona, comunità, istituzioni*, Firenze, Ed. Cultura della Pace.
- Putnam R. (2000), *Bowling alone*, New York, Simon & Schuster.
- Sacco P., Vanin P., Zamagni S. (2006), "The economics of human relationships", en S. Kolm y J. Mercier Ythier (eds.), *Handbook of the Economics of Giving, Altruism and Reciprocity*, Amsterdam, North Holland.
- Sacco P., Zamagni S. (2002) (eds.), *Complessità relazionale e comportamento economico*, Bologna, Il Mulino.
- Saffer H. (2005), "The demand for social interaction", *NBER*, WP 11881.
- Sennett R. (2005), *Rispetto*, Bologna, Il Mulino.
- Titmuss R. (1970), *The gift relationship*, London, Allen & Unwin.
- Vigna C. (2002), "Aforetica dei rapporti intersoggettivi e sua risoluzione", en C. Vigna (ed.), *Etica trascendentale e intersoggettiva*, Milano, Vita e Pensiero.
- Vivenza G. (2004), "Per una storia dell'interpretazione del concetto di reciprocità", *Etica e Economia*, 6, 73-100.
- Zamagni S. (2002), "L'economia delle relazioni umane", en Sacco y Zamagni (2002) cit.
- Zamagni S. (2005a), "L'ancoraggio etico della responsabilità sociale dell'impresa", en L. Sacconi (ed.), *Guida critica alla responsabilità sociale e al governo d'impresa*, Roma, Bancaria Editrice.
- Zamagni S. (2005b), "La svolta antropologica en economia", *La società degli Individui*, 3.

Zanardo S. (2005), "La regola d'oro e la fenomenologia della donazione di Jean-Luc Marion", en C. Vigna y S. Zanardo (eds.), *La regola d'oro come etica universale*, Milano, Vita e Pensiero.

Sobre el paradigma de la gratuidad

Una consideración desde la periferia

Comentario a la conferencia de Stefano Zamagni

por José Luis Coraggio

Universidad Nacional de General Sarmiento

El trabajo del Profesor Stefano Zamagni es una valiosa y rigurosa contribución al debate sobre los fundamentos del pensamiento analítico sobre la economía. Para contribuir al debate vamos a centrarnos en unos pocos aspectos polémicos. Lo haremos desde la perspectiva de la periferia del sistema mundo y la necesidad de definir programas estratégicos de acción colectiva para contrarrestar y torcer las tendencias a la destrucción de la vida propias del capitalismo globalizado.

1. Sobre paradigmas

En primer lugar, cabe prevenir algunas interpretaciones posibles del trabajo presentado, en lo relativo a la tríada de paradigmas hermenéuticos que se mencionan: utilitarista, holista y relacional. Preferimos ser cautos en cuanto a las afirmaciones sobre el fin de unos (el holista) y la segura hegemonía de otros (el relacional). En las disciplinas sociales y humanas nunca ha habido un único sistema paradigmático, afortunadamente. Lo que no quiere decir que no haya quienes aspiran a que ciertos sistemas de ideas sean adoptados como paradigma. De hecho, el conflicto social se ha manifestado también como un encuentro o confrontación de propuestas con pretensión paradigmática en el campo teórico. Incluso el pensamiento único de las recientes décadas no logró evitar que, a su sombra y alimentados por sus contradicciones, comenzaran a desplegarse otros sistemas de ideas, como el que viene configurándose como "relacional". En todo caso, la comprensión de estos sistemas requiere pensarlos en el campo de poder en que se desarrollan y usan, y no puede limitarse a la historia interna de las ideas. El campo de la filosofía y la ciencia es también un campo de poder y la pretensión paradigmática debe ser vigilada.

En ese sentido, anunciar la caída de las aproximaciones holísticas y pretender rematar el utilitarismo puede llevar a introducir, como completo e integral, un nuevo parcialismo hermenéutico. Un problema con los "paradigmas" se da cuando, más que ser una hipótesis fuerte de trabajo en cooperación con otras aproximaciones a la complejidad, pretenden absolutizarse (como ilustra el Profesor Zamagni en relación con el individualismo y al holismo). Peor aún es cuando pretenden institucionalizarse y convertirse en normas universales que encuadren éticamente