

(Transcripción)

Para una economía de comunión

Extracto de la lección desarrollada el 29 de enero de 1999 en la sede de la Universidad Católica del “Sagrado Corazón” en ocasión de la asignación del doctorado honoris causa en economía a Chiara Lubich

(...)

Típica de nuestro Movimiento es la llamada ‘Economía de comunión’ en la libertad, una experiencia especial de economía solidaria. Auténtica expresión de la espiritualidad de la unidad en la vida económica, se puede comprender en su totalidad y complejidad solamente si se la sitúa dentro de la visión que esta espiritualidad tiene del ser humano y de las relaciones sociales.

Nació en Brasil, en 1991. El Movimiento, presente en esa nación desde el año 1958, se ha difundido en todas sus regiones, atrayendo a personas de todas las clases sociales. Pero desde hace algunos años, a pesar de la comunión de los bienes, me había dado cuenta de que, por su fuerte crecimiento (allí somos unas 250 mil personas), no lográbamos cubrir ni siquiera las necesidades más urgentes de algunos de nuestros miembros.

Me pareció, entonces, que Dios llamaba a nuestro Movimiento a hacer algo más y algo nuevo.

Aunque no soy muy experta en las cuestiones económicas, pensé que podíamos crear empresas entre los nuestros, de modo que las capacidades y los recursos de todos confluyeran en ellas para producir juntos riquezas en favor de quien lo necesitaba. La administración de las mismas debía estar en manos de personas competentes, capaces de hacerlas funcionar eficazmente y de obtener beneficios. Los beneficios libremente se debían poner en común.

O sea, una parte, para los mismos fines de la primera comunidad cristiana: ayudar a los pobres y darles los medios para que puedan vivir hasta que encuentren un trabajo. Otra parte para desarrollar estructuras útiles para la formación de “hombres nuevos” - como los llama el apóstol Pablo -, o sea, personas formadas y animadas por el amor, idóneas para lo que nosotros llamamos la “cultura del dar”. La última parte, claro está, sería para incrementar la empresa.

Y así, en nuestras ciudadelas de testimonio - tenemos unas 20 en el mundo -, que se presentan como modernas convivencias con todas las expresiones de la vida moderna y que requieren también de la presencia de empresas junto a las escuelas de formación, a las viviendas de las familias, a la iglesia, la artesanía y las otras obras nacidas para el mantenimiento de sus habitantes, junto a todo eso tendría que nacer un verdadero polígono industrial.

La idea fue recibida con entusiasmo no sólo en Brasil, y en América Latina, sino también en Europa y en otras partes del mundo. Nacieron muchas empresas y muchas se adhirieron al proyecto modificando su estilo de administración.

A este proyecto hoy adhieren unas 654 empresas y 91 actividades productivas de menor envergadura. Comprende empresas que trabajan en los distintos sectores económicos, en más de 30 países: 164 en el comercio, 189 son empresas industriales y 301 en otros servicios.

La experiencia de la ‘economía de comunión’, con sus aspectos singulares propios de la espiritualidad de la que nace, se sitúa junto a las numerosas iniciativas individuales y colectivas que han tratado y tratan de “humanizar la economía”; y también de los muchos empresarios y trabajadores, a menudo poco conocidos, que conciben y viven su actividad económica como algo que supera la pura búsqueda de una ventaja material. De hecho, como en muchas otras realidades económicas cargada de motivaciones ideales, las personas que se adhieren a este proyecto – empresarios, dirigentes, trabajadores y otras figuras empresariales – se comprometen en primer lugar a poner en el centro de su atención, en todos los aspectos de su actividad, las exigencias y las aspiraciones de la persona y las instancias del bien común.

En especial tratan: de establecer relaciones leales y respetuosas, animadas por un sincero espíritu de servicio y de colaboración, en relación con los clientes, los proveedores, la administración pública y también con la competencia; de valorar a los empleados, informándolos y haciéndolos partícipes de diferentes maneras en la gestión; de mantener una línea de guía de la empresa inspirada en la cultura de la legalidad; de otorgar gran importancia al ambiente de trabajo y al respeto de la naturaleza, incluso afrontando inversiones de alto coste; de cooperar con otras realidades empresariales y sociales presentes en el territorio, con la mirada puesta también en la comunidad internacional, con la cual se sienten solidarios.

El proyecto ‘economía de comunión’ presenta otras características, para nosotros muy significativas, porque están vinculadas más directamente a la visión del mundo que nace de nuestra espiritualidad. Estas son algunas:

Primero: Los protagonistas de las empresas de la ‘economía de comunión’ tratan de llevar, si bien en las formas que requiere el contexto de una organización productiva, el mismo comportamiento que viven en todos los ámbitos de la vida. De hecho, estamos convencidos de que es necesario impregnar con los valores en los que se cree cada porción de la vida social y también económica, y así se convierte en un espacio de crecimiento humano y espiritual.

Segundo: La ‘economía de comunión’ propone comportamientos inspirados en la gratuidad, solidaridad y atención a los últimos – comportamientos que normalmente se consideran típicos de las organizaciones sin ánimo de lucro – también a empresas cuyo fin es obtener beneficios. La ‘economía de comunión’, por tanto, no se presenta sólo como una nueva forma de empresa, alternativa a las ya existentes; más bien entiende transformar desde dentro las estructuras normales de la empresa (sean sociedades por acciones, cooperativas, etc.), orientando todas las relaciones internas y externas de la empresa según un estilo de vida de comunión; todo ello respetando los auténticos valores de la empresa y del mercado, los que ha subrayado la doctrina social de la Iglesia, de un modo especial Juan Pablo II en la *Centesimus Annus*.

Tercero: Los que se encuentran en dificultades económicas, los destinatarios de una parte de los beneficios, no son considerados como “asistidos” o “beneficiarios” de la empresa. Son, en cambio, miembros esenciales del proyecto, dentro del cual donan a los demás sus necesidades. También ellos viven la cultura del dar. De hecho, muchos renuncian a la ayuda que reciben de la empresa apenas han recuperado un mínimo de independencia económica, y no es raro ver que comparten con otros lo poco que tienen. Todo eso es expresión del hecho que en la ‘economía de comunión’, que también destaca la cultura del dar, el énfasis no está puesto en la filantropía por parte

de algunos, sino más bien en el compartir, donde cada uno da y recibe, con igual dignidad, en el ámbito de una relación de reciprocidad sustancial.

Cuarto: Las empresas de la ‘economía de comunión’, además de apoyarse en un profundo entendimiento entre los promotores de cada una, se sienten parte de una realidad más amplia. Se ponen en común los beneficios, porque ya se vive una experiencia de comunión. Por este motivo las empresas – como ya he dicho – se desarrollan dentro de pequeños (al menos por el momento) “polígonos industriales” cerca de las ciudadelas del Movimiento, o si están geográficamente alejados, se “vinculan” idealmente a las mismas.

Muchos se preguntan cómo pueden sobrevivir en el mercado empresas tan atentas a las exigencias de todos los sujetos con los cuales tratan y al bien de toda la sociedad.

Ciertamente el espíritu que las anima ayuda a superar los variados contrastes internos que impiden y en ciertos casos paralizan todas las organizaciones humanas. Además su modo de obrar conquista la confianza y la benevolencia de clientes, proveedores y financieros.

Sin embargo, no hay que olvidar otro elemento esencial, la Providencia, que ha acompañado constantemente el desarrollo de la ‘economía de comunión’ en estos años. En las empresas de la ‘economía de comunión’ se deja espacio a la intervención de Dios, también en el contexto concreto económico. Y se experimenta que, después de cada opción contra la corriente que la praxis común de los negocios no aconsejaría, Él no deja que falte el céntuplo que Jesús ha prometido: una entrada imprevista, una oportunidad inesperada, la posibilidad de una colaboración, la idea de un nuevo producto de éxito.

Esto es brevemente la ‘economía de comunión’.

Al proponerla no tenía en el pensamiento una teoría. Sin embargo, veo que ha llamado la atención de economistas, sociólogos, filósofos y estudiosos de otras disciplinas, que encuentran en esta nueva experiencia y en las ideas y categorías que la sostienen, motivos de interés que trascienden el Movimiento, en el que históricamente se ha desarrollado.

En modo especial, en la visión “trinitaria” de las relaciones interpersonales y sociales, que está a la base de la ‘economía de comunión’, algunos vislumbran una nueva llave de lectura que podría enriquecer también la comprensión de las interacciones económicas, y, por tanto, contribuir e ir más allá de la visión individualista que domina hoy en la ciencia económica.

(*NuUm*, 21 [1999/1], 121, pp. 7-18)