

PIIEGO

Vida Nueva
3.128 - 4-10
DE MAYO DE 2019

¿Es el cristianismo una “buena noticia” para la economía?

ENRIQUE LLUCH FRECHINA
Departamento de Economía y Empresa
de la Universidad CEU Cardenal Herrera. Valencia

¿ES EL CRISTIANISMO UNA “BUENA NOTICIA” PARA LA ECONOMÍA?

Durante la reciente campaña electoral, los diferentes candidatos presentaron las propuestas de gobierno recogidas en sus respectivos programas. Incluidas las económicas, fundamentales también para garantizar la buena marcha del país. Como cristianos, estamos llamados a no separar la fe de ninguna de las dimensiones que intervienen en nuestra vida, entre ellas, la economía. Solo así la buena noticia del Evangelio lo será también para esta actividad humana y nos ayudará a encontrar las claves de una vida más plena, que contribuya a la construcción aquí y ahora del Reino de Dios.

Todos sabemos que el Evangelio es la buena noticia de un Dios que se hace hombre, que se encarna en nuestro mundo para revelarnos el verdadero rostro de Dios y mostrarnos el verdadero camino hacia la felicidad y la dicha completa. El Evangelio es una buena noticia para todas las personas porque nos permite encontrar las claves que hacen que nuestra vida sea plena y podamos ayudar a que también lo sea la de los demás. Esta buena noticia abarca todo nuestro ser, nos ayuda en todos los aspectos de nuestro día a día y nos da un horizonte, la construcción del Reino de Dios en la tierra, que nos inspira y nos muestra la dirección hacia la que encaminar nuestros pasos y toda nuestra vida.

Este horizonte que marca todos los aspectos de nuestra vida también lo debería hacer en la dimensión económica de nuestra existencia. Porque la economía es una actividad humana y, como toda parte intrínseca de nuestro ser, el Evangelio es la buena noticia que pone esperanza en nuestros corazones y que nos ayuda a encontrar la mejor manera de afrontar los desafíos de nuestra existencia. Sin embargo, esta idea no ha hecho fortuna en la dimensión económica. Muchas personas pueden pensar que la economía y la fe son cuestiones totalmente separadas, que no tienen nada que ver entre sí, que nuestra fe no puede aportar ninguna pista sobre cómo funciona o debería funcionar la economía, y que esta no influye nada en nuestras creencias porque tiene una entidad propia que es independiente

de los valores que tengamos y que no interactúa con ellos.

La corriente económica predominante en nuestra sociedad es de esta opinión. Desde principios del siglo XX, se ha considerado la economía como una ciencia en la que no tiene cabida la ética, en la que los valores o la opinión son irrelevantes. Esto ha permeado en los cristianos, de tal modo que estos también han sentido que su opción económica debía amoldarse a unas míticas “leyes económicas” que regulan su funcionamiento. Solamente así podrían garantizarse unos resultados económicos adecuados. Saltarse las normas existentes solo resultaba en desastres económicos, por lo que la vida cristiana debería realizarse antes o después de los asuntos económicos, pero no en ellos.

Sin embargo, esta tendencia de separar economía y ética no solo no se entronca en la misma naturaleza de la ciencia económica –que surgió de estudiosos de la ética, la filosofía y la teología–, sino que va en contra de la propia naturaleza de la economía y de lo que piensa la Doctrina Social de la Iglesia (DSI) acerca de los fenómenos económicos. Porque la economía es una ciencia social y, como tal, estudia comportamientos humanos. Todo aquello que hacemos los humanos no puede escapar de la dimensión ética. Por ello, una ciencia como la economía tiene, en su propia raíz, una dimensión humana que hace que no se pueda desligar de los valores, de la visión del mundo que se tiene, de las cuestiones éticas en su conjunto.

Por ello, cabe preguntarse si la fe en un Dios que es amor nos aporta



algo ante la manera en la que organizamos los asuntos económicos, ante el modo de comportamiento económico y ante la organización económica de nuestra sociedad. Pero no solo es importante saber si tiene algo que decirnos sobre estos temas, sino si eso que nos dice es una “buena noticia” para la sociedad y las personas que la componemos. Porque la fuerza del Evangelio y de nuestra fe está precisamente en esto, en su capacidad para ser una “buena noticia” que aporte esperanza a quien la escuche, que transforme los corazones de quienes la acojan en su seno y se vean liberados de las ataduras que les impiden ser más y mejores personas. ¿Tiene el cristianismo una buena noticia para la economía? La respuesta es sí, y estas páginas pretenden mostrar en qué consiste esta buena noticia y cómo podemos hacerla realidad en una sociedad necesitada de esperanza, también y sobre todo en unos asuntos económicos que con frecuencia solamente nos llevan a lo contrario, a la desesperanza.

Esperanza ante una economía que la mata

El papa Francisco nos recuerda en su exhortación apostólica *Evangelii gaudium* que “esa economía mata”



(EG 53), y una de las cuestiones que mata es la esperanza. Porque con frecuencia recibimos el mensaje de que, ante los dilemas económicos, solo existe una manera de actuar: las cosas son como son y no podemos cambiarlas. Lo único importante es tener cosas para poder vivir con comodidad y sin problemas, y todo lo demás carece de importancia y no tenemos que preocuparnos por ello. Las cosas no pueden ser de otra manera y lo único que podemos hacer es aceptarlas como son, resignándonos a aquello que no nos gusta. Pero pensar que ante un fenómeno solo existe una manera de actuar es faltar a la verdad. Siempre hay varias alternativas ante una misma situación. Puede haber unas mejores y otras peores, pero nunca existe solo una opción.

Por ello, ante la llamada de Francisco a decir “no a una economía de la exclusión y la inequidad” (EG 53), debemos afirmar que sí es posible organizar las cuestiones económicas de otra manera, que sí es posible comportarse económicamente siguiendo otra línea, que sí es posible una sociedad que se organice de modo diferente en sus aspectos económicos. De hecho, cuando miramos atrás, podemos observar cómo la organización económica

ha variado a lo largo de los siglos y a lo ancho de nuestra querida tierra. Hay distintas maneras de gestionar la economía, unas mejores y otras peores, que se pueden discutir y confrontar.

Existe, pues, esperanza: las cosas pueden cambiar, la economía puede mejorar, podemos construir otra organización económica y estamos llamados a la acción, porque “una auténtica fe –que nunca es cómoda e individualista– siempre implica un profundo deseo de cambiar el mundo, de transmitir valores, de dejar algo mejor detrás de nuestro paso por la tierra. (...) La Iglesia no puede ni debe quedarse al margen en la lucha por la justicia. Todos los cristianos, también los Pastores, están llamados a preocuparse por la construcción de un mundo mejor” (EG 183). Los cristianos estamos llamados, pues, a ser un rayo de esperanza en medio de una economía herida que produce desigualdades y que deja a muchos atrás.

Existe un problema de raíz

Toda la organización económica actual se basa en la legitimación social y ética del afán de lucro. Se considera –y muchas personas, empresas e instituciones se comportan así– que en economía lo

“racional” es comportarse buscando como fin principal y primordial (ante el que los demás se quedan subordinados y en un segundo plano) el tener más para uno mismo. Las empresas priorizan el beneficio de sus propietarios, los particulares buscan comprar el máximo de bienes y servicios con las rentas que tienen, intentando que estas sean lo más altas posibles, la sociedad tiene como objetivo que la cantidad de bienes y servicios producidos año tras año crezcan sin freno; dicho de otro modo, que “tengamos más entre todos”. Así, el crecimiento y el egoísmo económico aparecen como los caminos adecuados en la economía. Solamente es racional buscar el tener siempre más y, además, hacerlo para uno mismo.

Frente a esta manera de ver las cosas, el cristianismo siempre ha contrapuesto otro modo de vivir. Dios se hace hombre a través de su hijo en el seno de una familia humilde, en lugar de escoger una acomodada. También afirma **Jesús** que “nadie puede servir a dos señores; porque aborrecerá a uno y amará al otro; o bien se entregará a uno y despreciará al otro. No podéis servir a Dios y al Dinero” (Mt 6, 24). La preocupación por el dinero, por el tener más, por acumular, por nuestras riquezas, es incompatible con el amor, con la preocupación por el otro. Las personas que solamente piensan en sus pertenencias, en sus riquezas, haciendo de estas su prioridad, ponen todas sus energías en ellas y se deshumanizan, pierden la perspectiva del otro. Lo expresa claramente san **Pablo** en la primera carta a Timoteo: “La codicia es la raíz de todos los males” (1 Tim 6, 9-10). Francisco ha denominado a esto la “idolatría del dinero” (EG 55).

Cambiar el objetivo económico

Este afán de lucro ilimitado del que adolece nuestro sistema económico nos lleva directamente a que el principal objetivo económico de nuestras sociedades sea el crecimiento económico. Toda nuestra organización económica gira en torno a esta variable, nuestros afanes y nuestras instituciones están destinadas a lograr un crecimiento económico superior. Nos comparamos con los países que están alrededor y decimos >>

¿ES EL CRISTIANISMO UNA “BUENA NOTICIA” PARA LA ECONOMÍA?

» que nuestro desempeño económico es mejor que el suyo si crecemos más que ellos, y viceversa. Cuando existe un problema político, social o natural, rápidamente realizamos el cálculo de cómo y cuánto va a afectar este al crecimiento económico.

Para comprender esto, es esencial saber en qué consiste el crecimiento económico. Cuando hablamos de ello, estamos refiriéndonos al crecimiento del Producto Interior Bruto (PIB). Se trata de la suma de lo que producimos en un país durante un año. Es decir, el PIB es una medida agregada de la producción que se halla sumando todo lo que han producido cada una de las personas que viven en el interior de un país. Lo podríamos definir de una manera sencilla como “lo que producimos entre todos anualmente”. Buscar el crecimiento económico es intentar que cada año tengamos más, que año tras año consigamos producir más entre todos. Para que esto sea así, potenciamos que todos busquen su propio interés, que cada persona persiga tener más para ella misma y para los suyos. Así, se logra que los individuos sumen más y la agregación final sea superior.

Ante este objetivo egoísta e ilimitado, el mensaje cristiano ofrece una alternativa de objetivo económico claro, que está al servicio real de un bien común entendido como “el conjunto de condiciones de la vida social que hacen posible a las asociaciones y a cada uno de sus miembros el logro más pleno y más fácil de la propia perfección” (GS 26). La esperanza cristiana nos dice que es posible organizar la economía para lograr que todas las personas que viven en una sociedad puedan alcanzar un nivel económico digno para poder realizarse como tales, para poder ser libres y alcanzar su propia perfección de una manera más fácil. Para ello, nos ofrece un objetivo diferente, una meta distinta para la economía, una finalidad que ya está explicitada en la oración cristiana por excelencia, el padrenuestro. Porque en ella hay una petición económica a ese Padre que es todo amor y que tanto nos quiere: “Danos hoy nuestro pan de cada día”. Lo que es una manera poética de pedir que podamos tener lo suficiente para vivir.

Todo esto nos lleva a asumir una responsabilidad a la hora de

replantear el objetivo económico de nuestras sociedades. Debemos pasar de la búsqueda del “tener más entre todos” (el crecimiento del PIB) a “que todos tengan lo suficiente” (la reducción de la pobreza). Es decir, el cristianismo nos ofrece otra manera de orientar nuestro quehacer económico. Para que todos sus esfuerzos no se centren en la producción, en que esta se incremente sin fin, sino en la distribución, en articular una organización económica que logre por sí misma que todas las personas consigan al menos lo suficiente para vivir. Se trata de pasar de lo que podríamos denominar un “bien agregado” (el PIB) a un “bien común” (reducir la pobreza). Se trata de un cambio importante que nos pide, desde el principio, transformar nuestra mirada hacia la economía.

Cambiar el paradigma económico

Priorizar que todos tengan lo suficiente es un cambio de paradigma muy importante, que supone modificar todo el planteamiento económico actual. Porque, desde la teoría económica a las dinámicas de comportamiento de las familias, todo está al servicio del crecimiento económico. Los modelos económicos predominantes en la ciencia económica buscan conocer las consecuencias sobre el PIB de cualquier política o fenómeno que afecte a la economía. El comportamiento de las empresas, de los mercados, de las entidades

financieras, de los bancos centrales, de los responsables económicos... todos los agentes económicos tienen unos parámetros de comportamiento que buscan favorecer el crecimiento económico. La misma organización económica se ha convertido – como ya se ha explicado con anterioridad – en *pibadicta*, de modo que no puede funcionar bien si no se da crecimiento económico.

Ahora bien, orientar la economía en otra dirección no significa ir en contra de los mercados, del Estado, de las empresas, de las entidades financieras... Como afirma **Benedicto XVI** en su encíclica *Caritas in veritate*: “La sociedad no debe protegerse del mercado, pensando que su desarrollo comporta *ipso facto* la muerte de las relaciones auténticamente humanas. Es verdad que el mercado puede orientarse en sentido negativo, pero no por su propia naturaleza, sino por una cierta ideología que lo guía en este sentido. No se debe olvidar que el mercado no existe en su estado puro, se adapta a las configuraciones culturales que lo concretan y condicionan. En efecto, la economía y las finanzas, al ser instrumentos, pueden ser mal utilizados cuando quien los gestiona tiene solo referencias egoístas” (Civ 36). Es decir, las empresas, las entidades financieras, la política económica y monetaria, el mercado, etc. no son malos por sí mismos, sino instrumentos económicos que pueden ser utilizados para lograr unos objetivos u otros.





Del egoísmo a la lógica del don

Para ello, lo primero que hay que recordar es cómo la Doctrina Social de la Iglesia nos dice que el comportamiento económico no es necesariamente egoísta. Ante un sistema *pibadicto*, que precisa de personas, empresas e instituciones egoístas para poder fomentar el crecimiento económico y que este siga sin freno, la DSI nos recuerda que “se pueden vivir relaciones auténticamente humanas, de amistad y de sociabilidad, de solidaridad y de reciprocidad, también dentro de la actividad económica y no solamente fuera o ‘después’ de ella... En las relaciones mercantiles, el principio de gratuidad y la lógica del don, como expresiones de fraternidad, pueden y deben tener espacio en la actividad económica ordinaria. Esto es una exigencia del hombre en el momento actual, pero también de la razón económica misma. Una exigencia de la caridad y de la verdad al mismo tiempo” (CiV 36). Es decir, no solo es posible comportarse en economía con una lógica de gratuidad y de fraternidad, tal y como hacemos en otros campos, sino que, además, esta es la mejor forma de que la economía y su lógica consigan su objetivo de ponerse al servicio del bien común.

Cambiar el estilo de vida: compras y adquisiciones

Para lograr este cambio, precisamos de varias estrategias que deben llevarse a cabo de una manera paralela. Comienzo con el cambio de estilo de vida. “Es necesario esforzarse

por implantar estilos de vida, a tenor de los cuales la búsqueda de la verdad, de la belleza y del bien, así como la comunión con los demás hombres para un crecimiento común, sean los elementos que determinen las opciones del consumo, de los ahorros y de las inversiones” (*Centesimus annus*, n. 36). Esta llamada de Juan Pablo II a cambiar nuestro estilo de vida es una de las claves que precisamos para lograr ese nuevo paradigma económico que nos lleve a introducir la gratuidad y la lógica del don en la economía.

La primera idea que conviene resaltar cuando se habla de cambio de estilo de vida es que esto es una buena noticia. Porque el estilo de vida que nos anima a seguir y que potencia el actual sistema económico nos hace personas eternamente insatisfechas. Cuando vivimos de acuerdo con una identificación entre tener más y estar mejor, nunca nos conformamos con lo que tenemos. Siempre queremos más, todo nos parece insuficiente y la mejora económica para mi propia persona es el objetivo final de nuestra existencia. Esto no incrementa nuestra felicidad ni nuestro bienestar, sino que nos hace esclavos del tener. Nos hace que pongamos nuestro ser al servicio de las cosas que deseamos poseer.

El estilo de vida que nos propone el cristianismo busca que pongamos el tener al servicio de nuestro ser. Las cosas que poseemos y las que necesitamos para vivir tienen que estar siempre subordinadas a nuestra persona, a nuestro desarrollo

personal, ponerse al servicio del “ser”. Para ello, varios son los pasos a seguir. El primero es aprender a distinguir entre lo que son necesidades y lo que son apetencias. Porque, en estos momentos, la sociedad nos invita a considerar que todo son necesidades, que una muestra de desarrollo personal y social es, precisamente, tener más necesidades. Aquel que se conforma con poco, que no tiene de todo, que no accede a más compras, parece que se ha quedado en el pasado, que no ha evolucionado. Esto nos lleva directamente a querer tener más siempre, a ansiar que cualquier capricho se convierta en una necesidad.

Ante esta manera de vivir, diferenciar entre necesidades y apetencias nos permite distinguir entre aquello que realmente necesitamos para vivir y aquello que es claramente prescindible. Cuando hemos realizado esta reflexión y diferenciamos entre necesidades, apetencias y deseos, podemos centrarnos en cubrir nuestras necesidades reales, no en la confusión que produce el que todo sean necesidades. Cuando esto sucede, ya no precisamos tener más y más, la insatisfacción deja de ser continuada para pasar a ser personas satisfechas que se centran en tener lo que necesitan y ponerlo al servicio de su propia realización como personas. Así, superamos lo que denomino “la paradoja de la economía egoísta”, que significa que una economía que nos ofrece la felicidad a partir de pensar únicamente en nosotros mismos, por el camino de tener más y más, acaba ofreciéndonos una insatisfacción continua porque nunca tenemos lo suficiente.

Delimitar nuestras necesidades y centrarse en ellas nos permite, además, evitar varios tipos de consumo que también son fuente de insatisfacción continuada. Por un lado, lo que se denomina el consumo posicional. Este se da cuando compramos algo para ser diferentes a los demás o para ser como los otros. Esta clase de adquisiciones nos reportan una satisfacción efímera. Si tengo algo que no tienen los demás, cuando estos lo comprenden querré tener otra cosa, ya que la anterior no me sirve para diferenciarme. Si compro algo



¿ES EL CRISTIANISMO UNA “BUENA NOTICIA” PARA LA ECONOMÍA?

» porque todos lo tienen, cuando todos tengan otra cosa, también estaré insatisfecho, porque querré adquirir ese nuevo bien o servicio para mantenerme dentro del nivel general.

Otro tanto sucede cuando recibimos la satisfacción de comprar y no del bien comprado. Es lo que **Adela Cortina** diferencia entre “ir de compras” e “ir a comprar”. La satisfacción de ir de compras es siempre efímera, porque la recibo del hecho de realizar la compra. Cuando esta ya se ha hecho, la satisfacción acaba. Hasta que no vuelvo a comprar, no la vuelvo a tener. Sin embargo, cuando la satisfacción se recibe por el uso del bien o servicio utilizado, esta es mucho más continuada en el tiempo, especialmente si se trata de un bien de consumo duradero. En el primer caso, siempre quiero volver a comprar, porque es lo que me produce satisfacción; en el segundo, me conformo con lo adquirido, porque ya tengo lo que me da satisfacción.

Cuidar la creación y generar empleo

Modificar el modo de vida, planteándonos nuestras necesidades y nuestro estilo de compra, no solo es una buena noticia para nosotros en la medida que incrementa nuestra satisfacción y nos ayuda a poner la economía al servicio de nuestro desarrollo personal, sino que también es una buena noticia para nuestros descendientes, ya que nos permite cuidar mejor la creación que vamos a dejarles. Porque un problema de la economía actual es que, con frecuencia, nos centramos en explotar la creación para sacar rendimiento de ella, en lugar de cuidarla y hacerla fructificar. No hay más que pensar en cómo han cambiado de nombre los campos, que pasan a ser explotaciones agrícolas; las granjas, que pasan a ser explotaciones ganaderas; los bosques, que pasan a ser explotaciones forestales... Y cómo esto se traduce, asimismo, en que los grupos que reúnen personas para realizar una labor común en empresas se convierten también en instituciones que explotan personas.

Cambiar nuestro estilo de vida supone también preocuparnos por la creación utilizando los bienes que adquirimos hasta que agoten su

vida útil, hasta que ya no podamos utilizarlos más; reciclando los desechos que provocamos para que vuelvan a tener otro uso; reutilizando aquello que todavía sea aprovechable; ahorrando recursos en la medida de lo posible. También supone abandonar la mirada egoísta a nuestras compras, que tan solo pretende lograr que estas sean más económicas para poder comprar más con los recursos que tenemos. Como decía Benedicto XVI en su encíclica *Caritas in veritate*, “comprar es siempre un acto moral” (CiV 66), cuando compramos estamos apoyando a una empresa y le estamos ayudando a que cumpla sus objetivos. Comprar de una manera responsable supone pensar también a qué clase de empresas estamos apoyando cuando realizamos nuestras compras: si aquellas que pagan bajos salarios, que son contaminantes y solo piensan en sus márgenes de beneficios; o bien aquellas que pagan salarios justos, son respetuosas con el medio ambiente y ponen en el corazón de su dirección el cumplimiento de su función social.

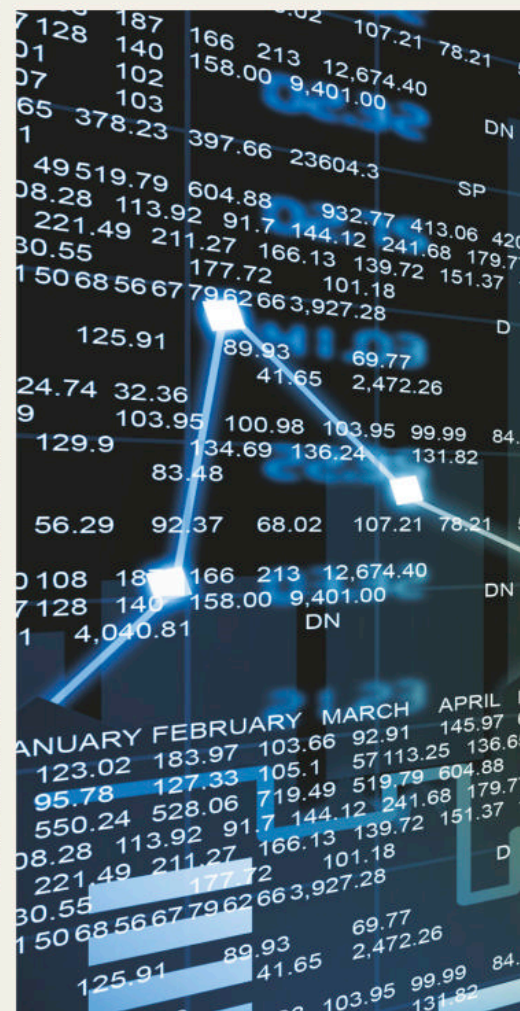
Recuperar el elemento relacional de nuestras compras, tratando de ver más allá para intentar comprar a aquellas empresas que están aportando una mejora en el entorno, generando empleo con salarios dignos o preocupándose realmente por la mejora del bien común, es un cambio en nuestro estilo de vida que supone una buena noticia para el planeta y para aquellos que se van a ver beneficiados por las empresas que tienen un comportamiento positivo para la sociedad.

Ahorrar y trabajar de un modo responsable

Hay dos aspectos más del cambio de estilo de vida que suponen una mejora tanto para quienes los practican como para la sociedad que recibe los efectos positivos de estos comportamientos. Me refiero al planteamiento de un ahorro que mire más allá de los beneficios que se obtienen gracias a estos dineros ahorrados. El ahorro es una fuente de riqueza para otros en la medida que los bancos y los intermediarios financieros los utilizan para prestar a personas y empresas que los necesitan para realizar proyectos para los que no tienen suficientes ingresos.

Sin embargo, con frecuencia, las instituciones financieras no son transparentes y desconocemos las políticas que practican a la hora de invertir el dinero que nosotros les prestamos. Esto conduce a que nuestro dinero pueda estar siendo utilizado para financiar proyectos que vayan en contra de nuestras convicciones y de nuestro modo de entender el mundo. Mirar más allá de mi propio beneficio supone pedir transparencia a quien le prestamos nuestro dinero, para conocer el destino de nuestros ahorros y así poder exigir a las entidades que financien con nuestros fondos aquellos proyectos que creemos que siguen criterios de mejora de la sociedad y no simplemente de rendimiento. Esto se denomina ahorro responsable, y se realiza en entidades y productos financieros que se autoidentifican como “éticos”.

Este cambio de estilo en el ahorrar también se puede aplicar a nuestro planteamiento en el trabajo, especialmente el remunerado. Con frecuencia, el trabajo se entiende únicamente como el espacio de nuestras vidas que nos permite



ganar los fondos que necesitamos para vivir. Esto conlleva olvidar las dimensiones esenciales del trabajo que nos muestra Juan Pablo II en su encíclica *Laborem exercens*: la subjetiva y la objetiva. La subjetiva proviene de que el trabajo es una parte esencial de nuestra existencia y, como tal, nos permite hacernos más y mejores personas. El trabajo es, pues, un elemento clave para nuestra maduración y nuestra felicidad. El elemento objetivo nos dice que, a través de nuestro trabajo, nosotros colaboramos en la recreación de nuestra sociedad, de nuestro entorno, de todo aquello que tenemos alrededor. Gracias al trabajo nos juntamos con otras personas para mejorar el mundo en el que nos encontramos. La propuesta cristiana nos anima a entender así el trabajo, no solo como una fuente de ingresos, y a priorizar ese elemento subjetivo del trabajo que nos construye como personas.

Un estilo diferente de gestión económica

Però la buena noticia del cristianismo no solamente nos propone una

buena noticia con un nuevo estilo de vida, que nos ayuda a superar la “paradoja de la economía egoísta” para pasar a una vida plena, y que colabora, al mismo tiempo, en mejorar el entorno en el que vivimos potenciando a las empresas y las actividades que buscan y mejoran el bien común. La Doctrina Social de la Iglesia también nos propone un estilo diferente de gestión económica, que no solo se ajusta a las empresas, sino que también está pensado para instituciones que tienen un componente económico importante en su día a día: las entidades financieras, las asociaciones y ONG, las fundaciones, etc.

Al igual que se propugna para el estilo de vida personal, ante una gestión económica que se sustenta en el egoísmo traducido en la búsqueda del máximo beneficio, la Doctrina Social de la Iglesia nos recuerda que todas estas instituciones son entidades que pueden tener otro objetivo mucho más positivo para la sociedad: el bien común. Es decir, estas entidades deben estar enfocadas al bien común, deben cumplir una función social destinada a la mejora

de la sociedad que debe ser prioritaria sobre el beneficio. La gestión de los asuntos económicos no debería estar enfocada únicamente al tener más, al incremento de los beneficios, sino al servicio de la consecución de la función social de la empresa o la institución. En este caso, el beneficio deja de ser el fin último de la empresa o la institución, para pasar a ser la condición que se ha de cumplir para poder garantizar su sostenibilidad y para conseguir su objetivo principal que es el logro de su función social.

La función social de la empresa

Las empresas y toda institución con componente económico tiene una función social que puede agruparse en tres dimensiones:

- La primera dimensión es que se trata de organizaciones que ofrecen bienes y servicios útiles para la sociedad. Las empresas, las ONG, las fundaciones están ofreciendo algo que sirve a los demás: una silla, un corte de pelo, una actividad de ocio para jóvenes, una exposición de pintura, unos cursos de formación, etc. Las asociaciones y las empresas aglutinan a personas para que logren de una manera conjunta la producción de un bien o servicio que es útil a los demás, a la sociedad. Por ello, la primera parte de su función social tiene que ver con esto, con la producción de esos bienes o servicios que construyen sociedad, que mejoran las condiciones de vida, que ayudan a los demás.

- El segundo componente de la función social tiene que ver con las personas que trabajan conjuntamente. Las empresas y organizaciones son un medio para que estas puedan cumplir tres objetivos importantes en su vida. El primero es que les permite juntarse con otras personas para trabajar en equipo, concretando así la naturaleza social que tenemos por el hecho de ser personas y pudiendo colaborar en la construcción del bien común a través del trabajo conjunto con otras personas. En segundo lugar, se trata de un espacio en el que podemos realizarnos como personas y perfeccionarnos como tales. En tercer lugar, estas instituciones –más las empresas que las asociaciones, donde la mayoría del trabajo es voluntario– son un medio para



¿ES EL CRISTIANISMO UNA “BUENA NOTICIA” PARA LA ECONOMÍA?



» que nos ganemos la vida, ya que si desarrollamos en ellas un trabajo remunerado, este nos permite obtener los ingresos necesarios para poder llevar una vida digna. Por todo ello, las empresas y organizaciones tienen la función de colaborar en el bien común aportando espacios colectivos donde las personas pueden perfeccionarse como tales, ganar sus sustento y colaborar con otras en la construcción de un mundo mejor.

- Por último, las empresas y organizaciones realizan una función social enfocada al entorno social y natural en el que trabajan. Por un lado, permiten que haya oportunidades de mejora para los miembros de la sociedad en la que se asientan a través de la creación de empleos remunerados, del pago de impuestos, de la colaboración en actividades de promoción social, etc. Y, por otro, pueden ser un instrumento de mejora medioambiental en la medida que produzcan respetando el medio ambiente, utilizando la menor cantidad de recursos posible y haciendo un uso eficiente de los mismos. Todas estas instituciones pueden resultar, así, beneficiosas para el entorno social y natural en el que realizan su función.

Concluyendo, el estilo de gestión que supone una buena noticia es aquel que subordina el beneficio a la consecución de la función social. El

que prioriza la producción de bienes y servicios útiles para la sociedad, la realización y bienestar de las personas que se relacionan y que componen la empresa u organización, y la mejora del entorno en la que esta se sitúa sobre la rentabilidad, poniendo esta última al servicio de las tres dimensiones de la función social. La rentabilidad pasa de ser el fin al que se subordina todo lo demás a ser algo que se pone al servicio de la función social, constituyendo solo la condición necesaria para lograr el objetivo final de la institución.

Anunciar y mostrar

Pero esta buena noticia no debe ser únicamente anunciada, sino que hay que hacerla realidad en la propia Iglesia para que pueda ser anunciada de una manera más eficaz y convincente. Aunque anunciar la buena noticia que tiene la Iglesia –a través de su Doctrina Social– para la economía ya es un paso importante (sobre todo, porque esto se ha olvidado durante mucho tiempo y hay muchos cristianos que piensan que su fe en Cristo resucitado no tiene nada que ver con la gestión económica), no nos podemos quedar en el anuncio, sino que hay que pasar a la acción. “Por sus frutos los conoceréis” (Mt 7, 20); es nuestro anuncio hecho vida el que da frutos, el que tiene más posibilidades de encontrar tierra fértil para fructificar. Por ello, es necesario

plantearse cómo la Iglesia puede ser testimonio de una buena noticia para la economía y cómo puede hacerse realidad hoy en nuestra sociedad.

El primer factor esencial es incorporar a nuestras catequesis el elemento social imprescindible para la evangelización. No puede ser que jóvenes –y no tan jóvenes– que hayan tenido un proceso de catequesis continuada desde sus años mozos sigan viviendo una buena noticia desencarnada de la transformación social, de la mejora del entorno en el que viven. Nuestra capacidad de transmitir una buena noticia no es completa si esta no se concreta en la realidad cotidiana, si no sirve para construir el reinado de Dios en la tierra. Por todo ello, nuestras catequesis, nuestra formación como cristianos, tiene que incorporar desde bien pequeños ese componente social del Evangelio, esas ganas de transformar la realidad para que, en aquellos ambientes en los que nos movemos, reine el amor de Dios y se haga realidad la búsqueda del bien común.

Nuestra fe es una fe encarnada. Al igual que Dios se hace persona para poder revelarse a nosotros, para que tengamos una manera más fácil de llegar a Él y de saber quién y cómo es por medio de Jesucristo, nosotros podemos anunciar su buena noticia a través de una vida impregnada del amor de Dios; y esto solo puede realizarse en un día a día que refleje el reinado del amor. Esta fe encarnada se visualiza, entre otras cosas, en una opción económica en la que la gratuidad y la lógica del don reinan; en la que podemos mostrar a los demás nuestra buena noticia de que se puede vivir la economía de una manera más humana y constructora de un mundo mejor, priorizando a los más desfavorecidos. En este sentido, necesitamos que nuestra manera de actuar en la economía sea un testimonio de lo que podría ser la sociedad si todas las personas y las instituciones económicas planteasen la economía desde este paradigma de actuación. Por ello es tan importante formar en nuestras catequesis en esta acción social que hace realidad el reinado de Dios en la tierra, así como aplicar las cuestiones ya vistas con anterioridad a la gestión económica de la institución eclesial. ●