

Reciprocidad y gratuidad dentro del mercado La propuesta de la *Caritas in Veritate*

Luigino Bruni *

La encíclica Caritas in veritate¹ de Benedicto XVI es un texto muy rico y complejo sobre el que merece la pena detenerse a profundizar. Tras una sintética presentación en el editorial del número de septiembre-octubre de 2009², desde este número Aggiornamenti Sociali incluirá un Forum dedicado a la encíclica, con la intención de ofrecer distintos puntos de vista o distintas lecturas del documento. La primera intervención está a cargo del profesor Luigino Bruni, economista, que aborda el papel de las categorías de reciprocidad y gratuidad en la teoría económica.

La novedad más relevante de la encíclica *Caritas in Veritate* (CV) para la teoría y la praxis económica contemporáneas es la afirmación de que **la reciprocidad y la gratuidad son también principios fundamentales de la economía y del mercado**. No sólo para el mercado no lucrativo, para el voluntariado o para la economía social, sino para toda la vida económica normal, desde los bancos hasta las multinacionales. Se trata de una tesis que puede parecer revolucionaria y por ello es legítimo preguntarse por sus fundamentos teóricos.

Para responder afirmativamente a esta pregunta, en primer lugar hay que **despejar el campo teórico de interpretaciones incorrectas o parciales**, cuanto menos, de los conceptos de reciprocidad y gratuidad. El uso corriente de estos términos, el que se realiza concretamente en la ciencia económica, es ciertamente distinto al que encontramos en la CV. Solamente después de discutir críticamente estas categorías podremos comprender en qué sentido y por qué motivos tales categorías pueden desempeñar un papel significativo en la economía de mercado actual.

❖ *Profesor de Economía Política en la Universidad Bicocca de Milán y en el Instituto Universitario Sophia de Loppiano (Florencia), <luigino.bruni@unimib.it>.*

¹ Benedicto XVI, encíclica *Caritas in veritate* (2009). El texto puede consultarse en <www.vatican.va>.

² Cfr. Sorge B., «*Caritas in veritate: una bussola per il XXI secolo*», en *Aggiornamenti Sociali*, 9-10 (2009) pp.565-570

1. La reciprocidad

Para aclarar el concepto de reciprocidad, echemos mano de un artículo que tuvo amplio eco, publicado hace pocos años en una de las más prestigiosas revistas de teoría económica³. Los autores, dos conocidos economistas, presentaban una teoría de la reciprocidad en la que sostenían que una persona altruista debía asociarse con una persona indiferente (no altruista como ella) por el siguiente motivo: «Un altruista estará triste cuando el nivel de felicidad de su compañero es bajo. Pero si este segundo también se preocupa por su compañero, estará a su vez triste por haberle causado infelicidad»⁴. En otras palabras: según esta teoría de la reciprocidad, si el bienestar de una persona (A) depende del bienestar de otra persona (B) y si el bienestar de B depende también del de A, cuando A está mal B sufre por ello y eso hace que A se sienta aún peor ya que B sufre por él y así sucesivamente, en una **espiral de sufrimiento creciente**. Desde el punto de vista estratégico, esta teoría sugiere que para evitar sufrir demasiado en momentos difíciles, hay que elegir compañeros que no sientan demasiado interés, evitando que se desencadene este mecanismo. A este respecto, es interesante la crítica que el economista británico Robert Sugden hace del artículo: «Esa hipótesis contrasta con la experiencia. Cuando somos infelices, deseamos que alguien comparta nuestros sentimientos. Eso hace que nos sintamos menos infelices, no más infelices. Queremos compañeros que sintonicen con nosotros, tanto en la alegría como en el dolor»⁵.

Entonces, ¿qué es lo que no funciona en la manera de concebir la reciprocidad de la teoría de Bernheim y Stark? Más en general, ¿qué es lo que no funciona en la mayor parte de los modelos teóricos que tratan hoy la reciprocidad en las ciencias sociales y que se basan en general en la misma hipótesis? Desde nuestro punto de vista, el punto débil de toda la construcción es que **trata la reciprocidad como una cuestión de preferencias individuales**⁶, mientras que, en realidad, la reciprocidad es, antes que nada, una relación y no una suma de preferencias individuales. Para estudiar correctamente la reciprocidad haría falta un lenguaje, incluso matemático, capaz de describir relaciones y no solo preferencias y opciones individuales, ya que si la reciprocidad siempre se da en un segundo momento, la relación está abocada a ser necesariamente instrumental. Hay un importante intento que va en esa dirección: la teoría de la «*we rationality*» («racionalidad del nosotros»⁷), desarrollada por economistas como Robert Sugden, Michael Bacharach, Alessandra Smerilli y otros, que interpreta la relación como un dato primitivo, sin renunciar - esto es lo importante - a la primacía de la persona, ya sea por un holismo indiferenciado o por un "nosotros" abstracto.

³ Bernheim D. - Stark O., «Altruism Within the Family Reconsidered: Do Nice Guys Finish Last?», en *American Economic Review*, 5 (1988) 1034-1045.

⁴ *Ib.*, 1036 [traducción nuestra]

⁵ Sugden R., «Correspondence of Sentiments: An Explanation of the Pleasure of Social Interaction», en Bruni I. - Porta P. (ed.), *Economics & Happiness. Framing the Analysis*, Oxford University Press, Oxford 2005, 97. [traducción nuestra]

⁶ Cfr Kolm S.-C., *Reciprocity. An Economics of Social Relations*, Oxford University Press, Oxford 2008.

⁷ Se trata de una serie de teorías que intentan desarrollar una concepción de la racionalidad en la que el agente se percibe no como individuo sino como miembro de un grupo y, por ello, evalúa las alternativas en base a las consecuencias para el grupo, encuadrando su propia acción como parte de una acción colectiva. [N.d.R.]

Hay un segundo elemento problemático en la teoría actual de la reciprocidad: la dimensión de socialidad genuina que se da un comportamiento de reciprocidad es medida únicamente mediante el sacrificio de los beneficios “materiales” necesarios para premiar o castigar al otro. Con esto no queremos decir que el sacrificarse para premiar o castigar a otros no tenga ninguna función cívica - como cuando llamamos por nuestra cuenta la atención a una persona que tira papeles por la calle -, pero también en este caso nuestra atención se dirige hacia los comportamientos individuales, perdiendo de vista que la reciprocidad es una relación. Estas teorías de la reciprocidad siguen siendo básicamente individualistas, aunque incorporen contenidos de la acción individual de tipo altruista o prosocial.

Como consecuencia, la reciprocidad se entiende únicamente como «intercambio de dones». Este es el único tipo de reciprocidad considerado verdadero o auténtico. Las restantes formas de intercambio de los contratos, de los mercados, de la economía digamos «normal» se definen como «reciprocidad mala», porque no es desinteresada ni altruista. Buena parte del pensamiento comunitarista⁸ de hoy se mueve en esa dirección, remitiéndose a Aristóteles, como fundador de esa tradición⁹. Es una pena que Aristóteles no pensase lo mismo. Para él, la reciprocidad, la *antipeponthós*, en la *Ética Nicomaquea* (1132 b 21) era el «vínculo social», lo que mantiene unida la vida de la *polis*, una reciprocidad que abarca desde las relaciones de mercado hasta la amistad (*philia*) de virtud. La palabra latina *reciprocus* etimológicamente viene de *recus* (detrás) + *procus* (delante): lo que va y viene, lo que va y vuelve mutuamente¹⁰. Así pues, la reciprocidad es mucho más que un intercambio de dones, que ciertamente es una forma de reciprocidad pero no la única.

Sobre todo, no hay que considerar el don como contrapuesto por principio a la reciprocidad (donde se da y se recibe) ni a las distintas formas de reciprocidad económica que se viven en las empresas, en los contratos y en los mercados. Si así fuera, no seríamos capaces de entender fenómenos cívicamente importantes, citados en la encíclica, como el comercio justo¹¹, las microfinanzas¹², la economía de comunión¹³ o las empresas sociales, limitando la reciprocidad buena a un ámbito

⁸ Por ejemplo, los filósofos Elizabeth S. Anderson y Amitai Etzioni.

⁹ Cfr. Bruni L., *L'ethos del mercato. Una introduzione ai fondamenti antropologici e relazionali dell'economia*, Bruno Mondadori, Milano 2010.

¹⁰ Cfr. por ejemplo, Pianigiani O., *Vocabolario etimologico della lingua italiana*, in <www.etimo.it>.

¹¹ Con el término «comercio justo y solidario» se define una modalidad de relación comercial entre productores del sur del mundo y consumidores del norte, alternativa a la tradicional, en la que se considera no solo la naturaleza del producto sino también el proceso de producción y distribución, sobre todo en lo que se refiere al respeto de los derechos y la dignidad de los trabajadores, a los efectos que produce en el tejido social y a la defensa del medio ambiente. Cfr Becchetti L., «Commercio equo e solidale», en *Aggiornamenti Sociali*, 1 (2004) 65-68. [N.d.R.]

¹² Entendidas como conjunto de iniciativas encaminadas a facilitar el acceso al crédito de personas carentes de él por no tener garantías patrimoniales que ofrecer, pero que, recibiendo igualmente confianza, demuestran que están capacitadas para desarrollar acciones económica suficientemente sólidas como para devolver el préstamo y mejorar su nivel de vida. Cfr. Maggio F., «Finanza etica», in *Aggiornamenti Sociali*, 1 (2003) 70-73; Reggiani T., «Premio Nobel al microcredito», en *Aggiornamenti Sociali*, 12 (2006) 823-833. [N.d.R.]

¹³ Se trata de una experiencia empresarial concreta inspirada por Chiara Lubich y vinculada al Movimiento de los Focolares. Las empresas que participan en ella,

demasiado estrecho de la vida cívica y económica. La historia, en especial la más reciente, demuestra que las personas se liberan verdaderamente de las trampas de la pobreza y de la exclusión más con contratos que con regalos¹⁴.

Desde este punto de vista es posible descubrir la profunda coherencia que existe entre la CV y la primera encíclica de Benedicto XVI *Deus caritas est* (2005), que ponía de manifiesto el fuerte carácter unitario del amor humano: el amor es, al mismo tiempo, único y múltiple. El amor tiene varias formas, es erótico, amistoso, agápico, pero — insistía el Pontífice —, no existe oposición entre ellas, sino una potencial armonía: reciprocidad. Cada una de sus formas responde a una llamada al amor. El don del *agape* es amor sostenible y plenamente humano si tiene la pasión del *eros* y la libertad de la *philia*. Sólo un amor con varias dimensiones es verdadero amor cristiano y por ello plenamente humano.

Esta misma necesidad de coherencia y de pensamiento no dicotómico es la que aparece en la CV. Un don no es un contrato. No en vano ambos pueden constituir formas de reciprocidad buena; pero también pueden serlo de reciprocidad mala, como cuando el contrato oculta la explotación del débil o cuando el don enmascara relaciones de poder y dependencia¹⁵.

2. La gratuidad

En la CV se habla de gratuidad y de don. Y se habla de ellos como de términos que hacen referencia al mercado, a la economía normal: «también [...] 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» (nº 36).

Benedicto XVI utiliza las expresiones «don» y «gratuidad» como sinónimos, demostrando en este sentido su capacidad de innovación con respecto a la ciencia económica contemporánea y, en algunos aspectos, respecto a las ciencias sociales en general, que asocian el don al comportamiento altruista o filantrópico y en general a un contenido (a una «cosa») de la acción humana. **El don que aparece en la encíclica es sobre todo «darse»**, es el darse de la persona, que hace referencia primero al ser y después al obrar, una acción que puede asumir formas distintas.

unidas unas a otras por fuertes vínculos, operan en el mercado pero, a diferencia de las empresas «normales», destinan los beneficios no a remunerar el capital sino a la comunión, con tres objetivos: ayudas a personas necesitadas (creando nuevos puestos de trabajo y cubriendo necesidades primarias), extender la «cultura del dar» y del amor, y desarrollar la empresa. Cfr. <www.edc-online.org> y Ferrucci A., «Il progetto di Economia di Comunione», in *Aggiornamenti Sociali*, 4 (2002) 324-332. [N.d.R.]

¹⁴ Cfr. Bruni L., *Reciprocità. Dinamiche di cooperazione, economia e società civile*, Bruno Mondadori, Milano 2006. Para una breve presentación del libro, cfr. Foglizzo P., «Mercato e relazioni: un'economia plurale», in *Aggiornamenti Sociali*, 7-8 (2007) 553-555.

¹⁵ La polisemia y la posible ambigüedad de la categoría del don vienen siendo desde hace tiempo objeto de estudio por parte de las ciencias humanas y sociales. A este respecto, cfr. Gasparini G., «Il dono: tra economia e società», in *Aggiornamenti Sociali*, 3 (2004) 205-213; Costa G., «Donare, ovvero il rischio della relazione», in *Aggiornamenti Sociali*, 4 (2009) 307-309. [N.d.R.]

Por eso es, más que nada, **un modo de actuar** – un trascendental, dirían los medievales – el «cómo» se actúa. Este es el significado más verdadero y profundo de la gratuidad-don y en este sentido podemos y debemos encontrar la gratuidad en cualquier tipo de acción, incluso en el ejercicio del deber, en los contratos, en el mercado y en la empresa.

El don-gratuidad no es el artículo promocional, el descuento, el regalo, ni los puntos de los programas de fidelización, que son los dones que tradicionalmente conoce el mercado y que por lo general no tienen nada de la gratuidad en su sentido más profundo y exigente. La **gratuidad verdadera** nos sitúa ante el otro sin ningún mediador, **nos hace vulnerables**, porque va más allá del cálculo de equivalencias o de las garantías. Es siempre una herida potencial y por este imborrable riesgo trágico que conlleva, la modernidad la ha borrado del mercado y de la economía, contentándose con categorías más inocuas y manejables.

Esta gratuidad auténtica aparece, por ejemplo, en dos autores muy distintos entre sí pero que tenían en común una fuerte experiencia de dolor: Primo Levi y Pavel A. Florenskij. Recordando su experiencia en el campo de concentración, **Primo Levi** escribía: «En Auschwitz advertí muchas veces un fenómeno curioso: la necesidad del “trabajo bien hecho” está tan radicada que nos impulsa a hacer bien incluso el trabajo impuesto, el trabajo de esclavos. El albañil italiano que me salvó la vida llevándome comida a escondidas durante seis meses, detestaba a los alemanes, su comida, su idioma, su guerra; pero cuando le ponían a levantar paredes, las hacía rectas y sólidas, no por obediencia sino por dignidad»¹⁶. Levantar una «pared recta» por dignidad es una expresión de gratuidad, porque dice que existe en los otros, en ellos mismos, en las cosas e incluso en las «paredes», una vocación que hay que respetar y servir y no ponerla al servicio de nuestros intereses.

Esto también forma parte del «arte de la gratuidad», como lo definió el gran teólogo ruso **Pavel Florenskij** en el *gulag* (campo de concentración ruso) de las islas Solovki, pocos meses antes de morir fusilado: «En mi vida las cosas siempre han sido así. En el mismo momento en que conseguía poseer determinada materia, estaba obligado a abandonarla por motivos ajenos a mi voluntad y tenía que empezar a afrontar un nuevo problema, empezando siempre por sus fundamentos, para allanar un camino que otros y no yo recorrerían después. Tal vez en esto haya un significado profundo, dado que esta situación se repite siempre, durante toda la vida: el arte de la gratuidad»¹⁷. Allanar caminos que no se recorrerán, o vivir con desapego el propio trabajo son definiciones espléndidas del arte de la gratuidad, el arte más difícil de aprender, pero del que depende en buena medida o tal vez del todo, la **plena realización personal**, esa que, usando una imagen clásica, podemos llamar florecimiento de la existencia. Esta gratuidad está presente ya desde el título de la encíclica, en esa *caritas* que el cristianismo primitivo escribía también como *charitas*, para recordar que la palabra latina, además de ser la traducción de la griega *agape* (amor), remite a otra palabra griega, que es *charis* (gracia, gratuidad). Así pues, si *charitas* es *agape*, el amor típico del cristianismo, en el título está implícitamente el concepto de reciprocidad, puesto que el amor cristiano siempre es «amaos unos a otros» (*Juan 13, 34*), el mandamiento nuevo de Jesús, expresión de una nueva fraternidad (otro término que recorre la encíclica).

¹⁶ Levi P., «L'uomo salvato dal suo mestiere. Intervista di Philip Roth a Primo Levi», en Belpoliti M. (ed.), *Primo Levi: conversazioni e interviste, 1963-1987*, Einaudi, Torino 1997, 85.

¹⁷ De una carta del 11 de mayo de 1937, en Florenskij P. A., *Cartas de la prisión y de los campos*, EUNSA 2005.

Las experiencias económicas marcadas por este tipo de gratuidad — la encíclica, como hemos visto, menciona varias de ellas — son entonces intentos importantes de valorar la **función civilizadora y liberadora del mercado**, sin abdicar de la gratuidad en su naturaleza más auténtica. Son experiencias encaminadas a construir la *communitas* sin refugiarse en la inmunidad que ofrecen las jerarquías organizativas o la letra del contrato.

3. Conclusión

Solo desde esta visión de la reciprocidad y de la gratuidad creemos que se puede entender la idea de economía y de actividad económica que aparece en la CV.

En primer lugar, si es cierto que la gratuidad y el don son lo que acabamos de describir, cuando aparecen en escena no es necesario salir del ámbito económico para entrar en el social, como afirman algunas recensiones críticas de la encíclica¹⁸, ancladas en una visión dicotómica del don y del mercado. Si es cierto que la dimensión típicamente humana es la apertura al don-gratuidad y si es cierto que la economía es actividad humana, entonces **una economía auténticamente humana no puede prescindir de la gratuidad**.

Así se comprende, además, por qué la encíclica invita a superar la dicotomía “con ánimo de lucro / sin ánimo de lucro” en base a la idea de «economía civil», favorable a la tradición de pensamiento y praxis que concibe **todo el mercado y cualquier forma de empresa como realidades completamente humanas**, llamadas por ello a abrirse al don-gratuidad, si es cierto que el contrato y el don pueden ser formas de reciprocidad aliadas y no en conflicto mutuo, para construir una sociedad más cívica. Si la economía es actividad humana, no puede ser ética ni antropológicamente neutra: o construye relaciones de justicia y de *caritas*, o las destruye. No hay otra alternativa.

Desde este punto de vista, el **mercado debe recuperar su vocación originaria**, tantas veces traicionada, **de inclusión social**, que ya estaba presente en las reflexiones de Adam Smith y de los economistas clásicos, donde el contrato es subsidiario de la auténtica promoción humana y del bien común. Cuando la economía y la sociedad pierden su relación con la gratuidad, acaban por perder el contacto con lo humano en su integridad. Perderemos las vocaciones — toda vocación es una experiencia de gratuidad —, comprendidas las artísticas, científicas y empresariales, y nos encontraremos en un mundo en el que, parafraseando a Oscar Wilde¹⁹, conoceremos cada vez con más precisión el precio de todas las cosas, pero el valor de ninguna.

¹⁸ Cfr., por ejemplo, Weigel G., *Caritas in Veritate in Gold and Red*, 7 de Julio de 2009, en <www.nationalreview.com>.

¹⁹ «¿Qué es un cínico? Un hombre que conoce el precio de todo, pero el valor de nada», Wilde O., *El abanico de Lady Windermere* (1892), Acto III.