

## ¿Qué persona y qué sociedad para la economía de comunión?

por Vera Araujo

En el último decenio antes del tercer milenio se puso muy en evidencia el tema del “desarrollo” en ámbito del crecimiento de la economía mundial y de la globalización. Una serie de cumbres internacionales marcó y subrayó ese interés y esa preocupación generalizada: “Ambiente y Desarrollo”, en Río de Janeiro; “Población y Desarrollo”, en El Cairo; “Mujer y Desarrollo”, en Pekín; “Desarrollo Social”, en Copenhagen. De todas estas cumbres emergió una convicción general: el desarrollo está en el centro de la vida económica, es el fin de la acción económica, el objetivo de la actividad económica.

### El desarrollo humano

Casi paralelamente, en el ámbito de la reflexión sobre la teoría económica en los Estados Unidos de América del Norte, economistas de indiscutida valía –como el premio Nobel 1998, el indio Amartya Sen-, pusieron a punto un nuevo concepto de desarrollo: el desarrollo humano. Este supera la idea de un desarrollo identificado únicamente con el crecimiento económico y se concentra en las personas, en sus necesidades, en algunos parámetros fundamentales que tienen que ver con condiciones de vida como: la salud, la longevidad, el nivel de instrucción, la participación en la vida social.

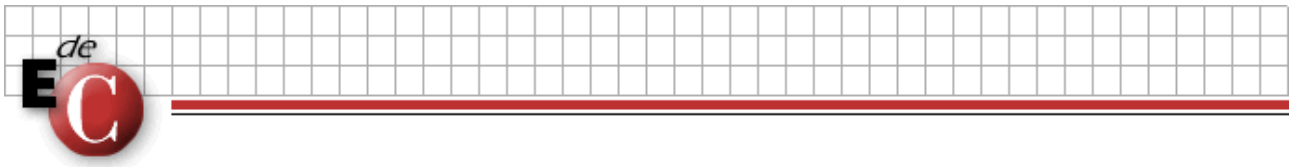
Un desarrollo humano que tiene que ser fin y objetivo central de todas las medidas de política económica y que se abre camino, en el lenguaje de los informes oficiales –y no sólo de ellas- como capacidad de ejercer tres posibilidades esenciales: una vida larga y sana, la instrucción, el acceso a los recursos necesarios para alcanzar y mantener un nivel de vida digno.

Estas **nuevas orientaciones teóricas y técnicas** ofrecidas a la actividad económica, lamentablemente chocan con las medidas de política económica tomadas por las grandes agencias e instituciones económicas mundiales ante diversos países. En ellas se enfrenta una praxis económica y un modo de entender fines y objetivos que van completamente en otra dirección, privilegian la afirmación radical del yo agente y empujan hacia una política de consumos alocada, desastrosa tanto para las comunidades humanas, como para el ambiente y el ecosistema.

Estas consideraciones y reflexiones nos convencen de que, para afrontar de manera eficaz el problema, habría que ir más a fondo en el diagnóstico y la terapia. Se trata de comprender cómo el concepto mismo de desarrollo humano nace de una nueva concepción antropológica, del nacimiento de un hombre nuevo en condiciones de agregar a sus dimensiones modernas, de productor y consumidor, un algo, un plus que lo ayude y lo impulse a abrirse a la alteridad y lo libere del encierro del egoísmo.

Se requiere un tipo de hombre que podemos denominar “homo donator”, capaz de ejercer, en las actividades públicas, y particularmente en las económicas, el dar, el compartir. Sólo así se puede perfilar una cultura nueva, que exprese una visión del hombre y de la sociedad que responda a las expectativas, a los deseos, a los requerimientos, a las necesidades que el momento histórico plantea.

Podemos llamarla **cultura del dar**. No se trata de ser generosos, de hacer beneficencia o ejercer la filantropía, ni menos aún de abrazar la causa del asistencialismo. Se trata, más bien, de



conocer y vivir la dimensión del darse y del dar como esencial a la sustancia y a la existencia de la persona.

### **La cultura del dar**

La cultura del dar engloba una propia concepción de la persona vista tanto en su esencia (el hombre en su relacionarse como centro y fin de cada realidad y actividad), como en toda una serie de actitudes y comportamientos que caracterizan las relaciones humanas.

La cultura del dar: el hombre como un ser abierto a la comunión, a la relación con el Absoluto-Dios, con los otros, con la creación. Individualidad y socialidad se encuentran en el don de sí, del propio ser y en la circulación de los bienes espirituales y materiales necesarios al desarrollo, al crecimiento y a la maduración de todos.

No todo tipo de dar conduce a la cultura del dar.

Hay un “dar” que está contaminado por la voluntad de poder. Es un acto cargado de deseo de dominio, si no de verdadera y cabal opresión sobre los individuos y los pueblos. Es un “dar” sólo aparente.

Hay un “dar” que busca satisfacción y complacencia en el acto mismo del dar. Es un dar vanidoso, cargado de vanagloria, expresión de egoísmo y culto de la propia personalidad. En esas condiciones, el que recibe percibe también este acto de dar como una humillación, como una ofensa.

Hay también un “dar” utilitario, interesado, que busca su propio beneficio, su propio provecho. Es, de alguna manera, el dar presente en el sistema económico vigente y en la base de pensamiento que lo sostiene. No es un dar que crea una cultura nueva.

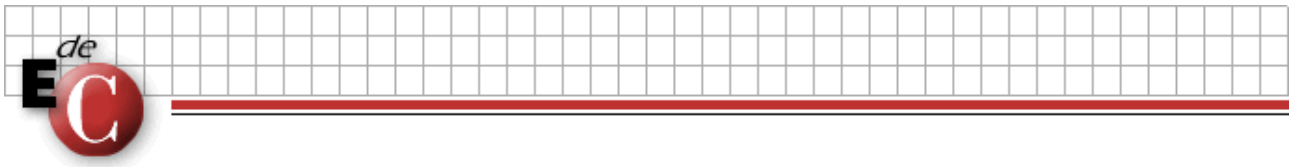
Hay finalmente un “dar” que los cristianos llaman evangélico y que presenta toda una gama de valores que definen al acto mismo de dar: gratuidad, felicidad, generosidad, abundancia, desinterés, poniéndolo a salvo de los riesgos y peligros de ser malinterpretado, o instrumentalizado.

La cultura del dar se concreta en una arte del dar propiamente dicho, en el cual las relaciones humanas vividas como don y continuo darse, se orientan hacia la comunión, sinónimo de unidad; en la cual la acción de dar, de compartir bienes espirituales y materiales, lleva a la comunión. Esas relaciones tienden a ser recíprocas. En consecuencia nace la comunión, la unidad. La sociedad que deriva de ello se compagina como comunión porque la comunión es la esencia misma de la sociedad y de la persona.

### **La cultura del tener**

Es obvio que tal tipo de sociedad se contrapone radicalmente a la sociedad actual. Los cambios acaecidos con la modernidad han allanado el camino al individualismo, al egoísmo, a la búsqueda descontrolada del propio interés. Esa dimensión del hombre, vivida y perseguida en todas las expresiones de la vida social, ha dado como fruto la cultura del tener, que actualmente domina nuestra forma de vida.

No pretendemos refutar o despreciar la dimensión del tener, pero, como dice Juan Pablo II, ‘el tener’ objetos y bienes no perfecciona de por sí al sujeto humano, si no contribuye a la madurez y enriquecimiento de su ‘ser’, es decir, a la realización de la vocación humana en cuanto tal”.



Además, “el mal no consiste en ‘el tener’, en cuanto tal, sino en el poseer de manera irrespetuosa de la calidad y de la ordenada jerarquía de los bienes que se poseen.

Calidad y jerarquía que surgen de la subordinación de los bienes y de su disponibilidad al ‘ser’ del hombre y a su verdadera vocación” (Sollicitudo rei socialis n. 28).

El hombre individualista ha creado la sociedad consumista mercantilizante de toda la existencia.

Así es la sociedad moderna: compleja, conflictiva, alienada, dispendiosa, hedonista y triste al mismo tiempo, sobre todo desencantada, incapaz como se ve de crear vínculos profundos, de entablar relaciones duraderas en el tiempo, encerrado como está cada uno en su propia soledad. Las consecuencias las conocemos.

Desde el punto de vista antropológico, domina el “homo consumens”, protagonista de la cultura del tener, ávido de consumir, incapaz de conciencia subjetiva y moral.

Desde el punto de vista político y social, se difunde una competitividad agresiva que termina por alimentar conflictos y guerras de todo tipo, tanto las que hay entre pueblos y Estados, como las que se combaten dentro del mercado y del mundo del trabajo.

Pero volvamos a la comunión.

## Los fundamentos de la comunión

La comunión es una realidad polivalente.

Antes que nada es religiosa y espiritual, porque tiene su origen, su fuente en Dios – Trinidad, comunión de amor entre Personas, y en Cristo que es la revelación de ese misterio.

Chiara Lubich, inspiradora de un Movimiento y de una espiritualidad de la unidad, escribe: “He sentido que yo he sido creada como un don para el que está a mi lado, y que el que está a mi lado ha sido creado como un don para mí. Como el Padre en la Trinidad es todo para el Hijo y el Hijo es todo para el Padre”.

Es decir, la comunión trinitaria como fundamento ontológico de toda forma de comunión como sustancia y como vida.

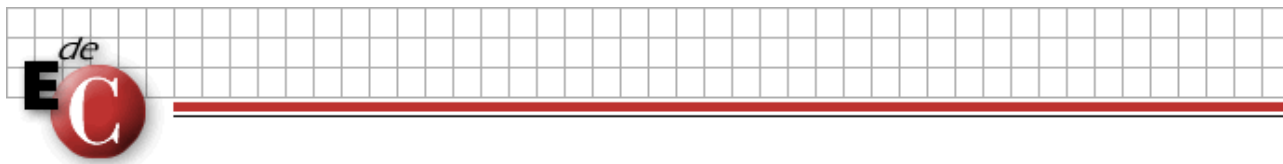
## La comunión como categoría sociológica

Pero la comunión es también categoría sociológica, “manifestación de la sociedad real”, al decir de **George Gurvitch**, sociólogo ruso. Gurvitch analiza la categoría ‘comunión’ en orden a los grados de intensidad de la socialidad por fusión parcial del Nosotros.

En la “comunión, “la inmanencia recíproca entre los Yo, los Otros y el Nosotros encuentra su ápice”, su punto más alto.

Es más, “los que participan en una Comunión se sienten como sostenidos por un soplo liberador que elimina todos los obstáculos, liberándolos de sí mismos como de todos los otros vínculos sociales que podrían serles de estorbo”.

Ciertamente, el concepto de Comunión como lo entiende Gurvitch, no es el concepto cristiano en que se basa la economía de comunión: y las relaciones entre los Yo y los Otros, como él lo entiende, no son comunionales en sentido trinitario. No deja por eso de ser, la suya, una concepción con la cual se puede confrontar, interesante y estimulante.



### **... como fuente de una sociedad nueva**

Una sociedad comunional, inspirada y modelada según la Trinidad de Dio, no es sólo una inspiración, ni mucho menos una abstracción. Es el imperativo de un redescubrimiento de la Trinidad como principio y fuente de una sociedad nueva. Como principio significa asumir la comunión que es unidad como paradigma para la creación de nuevos esquemas de lectura, de comprensión y de interpretación de la realidad social, por la enunciación de una teoría capaz de captar las nuevas relaciones que se dan en la sociedad.

Como fuente de una sociedad nueva, significa usar tal paradigma para una nueva orientación de la historia en su complejidad, como dimensión caracterizante de las relaciones interpersonales, sociales, sistémicas, estructurales e institucionales. Unidad, por lo tanto, para componer la diversidad, todo tipo de diversidad; para consolidar el pluralismo, reconocido como un bien y una riqueza; para incrementar la participación como motor de la vida social; para afianzar la libertad como expresión de una humanidad madura; para difundir la praxis social en cualquier lugar y a cualquier nivel y dimensión: de los derechos humanos a la economía, de la justicia a la salud, del arte a los medios de comunicación, de la cultura al respeto del ambiente, y podríamos continuar.

### **... como categoría económica**

Con la economía de comunión, la comunión puede convertirse en categoría económica.

Son las mismas empresas en sus estructuras y organizaciones internas y los operadores económicos que actúan dentro de ellas o que giran a su alrededor, los que son llamados e invitados a crear comunión.

De manera que la comunión no sólo es posible y actuable en las relaciones interpersonales y sociales, sino que entra con prepotencia, me animaría a decir, por derecho propio, en la realidad económica, en sus estructuras.

No se trata de una utopía, de un sueño idílico pero irrealizable. Parte de la constatación de la necesidad improrrogable de un cambio profundo de la economía como dimensión importante del modo de expresarse del ser humano. La búsqueda de una sociedad cada vez más “civil”, participativa, armoniosa, en una palabra: capaz de crear las condiciones para la felicidad y el bienestar de los individuos, de las comunidades y de los pueblos, exige que se supere esta economía conflictiva, competitiva sin límites, agresiva, alienante... Aumentan las voces que piden más solidaridad, más integración e interacción, más diálogo, más escucha de los distintos puntos de vista. Y esto está mostrando la actualidad de la economía de comunión como punta de avanzada de una economía alternativa a la vigente.

Concluyendo, podemos decir que la economía de comunión requiere, por una parte, “hombres nuevos” capaces de practicar la cultura del dar, y una sociedad nueva que tenga como mentalidad referencial y relacional la solidaridad y la coparticipación. Por otra parte es ella misma, como economía de comunión, como estructura económica, como empresa, si está en condiciones de difundir “comunión”. Un salto cualitativo notable que puede funcionar como impulso provocativo en el futuro de una sociedad mejor, más humanizada y humanizante, que acoja y dé espacio a la vida social de hombres y mujeres investidos de mayor dignidad.