

Economia e humanismo

Qual a relação entre pobreza e mercado? O mercado se regula sozinho? É preciso intervenção do Estado? Se sim, em que medida? A exclusão social é fruto necessário das relações de mercado? É produto contingente ou nem sequer tem relação alguma com ele?

Formulados de diversas formas e a partir de pontos de vista muitas vezes antagônicos, esses foram alguns dos principais questionamentos que moldaram os debates entre as correntes de pensamento político e econômico nos últimos 200 anos. As políticas econômicas de praticamente todos os países refletem a aplicação das diversas tentativas de resposta dadas a essas interrogações.

Mas o que esse debate e essas tentativas mais ou menos bem-sucedidas têm a ver concretamente com as empresas, com os funcionários de fábricas, comércios e escritórios das cidades? Afinal, a ação individual e coletiva dos diversos atores que movimentam o mercado diariamente, produzindo, comprando, vendendo, gerando trabalho, pode produzir efeitos práticos no combate à exclusão social e a pobreza? E que efeitos devem ser esses? Meramente assistenciais?

Convictos da necessidade de combater a pobreza e a miséria com todas as forças que têm à disposição, um grupo de empresários, liderados por Chiara Lubich, fundadora do Movimento dos Focolares, deu início a um projeto de renovação das práticas econômicas e das relações de mercado inspirados por uma nova proposta cultural, que põe o ser humano no centro das relações. Economia de Comunhão

(EdC) é, portanto, uma nova forma de economia, de gestão de recursos, capacidades e relações humanas. As 800 empresas de diversas partes do mundo que hoje aderem à proposta se comprometem a repartir seus lucros. Uma parte é destinada ao combate à pobreza, outra a iniciativas e projetos de formação humana baseada em valores como a partilha e a gratuidade, e uma parte fica na própria empresa – para sua subsistência e investimento. A divisão do lucro é, no entanto, apenas uma parte do projeto.

A proposta dos adeptos de Economia de Comunhão é a superação da pobreza não só por meio do amparo material, mas, sobretudo, através da integração no mercado de trabalho e do resgate da dignidade humana muitas vezes violada pela marginalização. Para isso, não basta o aporte financeiro ou a ajuda à distância, é preciso entrar em relação, para que sejam colocadas em prática as categorias da gratuidade e da reciprocidade.

Portanto, o empresário que adere à Economia de Comunhão não se dispõe “apenas” a dividir parte dos seus ganhos, mas assume um compromisso que extrapola o âmbito da ajuda material. Aperfeiçoando uma máxima bem conhecida, os adeptos de EdC não dão o peixe, mas também não ensinam a pescar: eles pescam juntos e comem juntos o peixe. A dinâmica de reciprocidade desencadeada a partir desse novo modo de agir na sociedade e no mercado será o tema desta seção que se inaugura nessa edição. A partir do próximo número, *Cidade Nova* trará nesta página relatos de pessoas envolvidas com o projeto EdC. ■

