

¿Qué pueden hacer los empresarios en plena crisis ecológica global?

What Can Business People Do in the Middle of a Global Ecological Crisis?

Carlos Díaz Hernández¹

Citar: Díaz Hernández, C. (2018). ¿Qué pueden hacer los empresarios en plena crisis ecológica global? *Cuadernos Universitarios*, 11, pp. xx-xx.

Recibido: agosto de 2018
Aceptado: setiembre de 2018

Ciencias Sociales | ensayo científico

Resumen

El mundo se encuentra sumido en una crisis de carácter ecológico sin precedentes. Los empresarios no pueden ignorarlo, deben cambiar radicalmente su modo de producción y sus expectativas. Y eso con toda urgencia. Esa crisis ecológica lo es también antropológica. Si el empresariado no modifica su conducta, ni el mismo empresariado sobrevivirá. La urgencia de una nueva economía de corte personalista y comunitario no puede hacerse esperar.

Palabras clave: crisis ecológica - capitalismo - economía personalista y comunitaria

Abstract

The World faces an unprecedented ecological crisis. This fact cannot be ignored by business people, who should drastically and urgently change modes of production and expectations. The present crisis is both ecological and anthropological. Therefore, if business people do not change their behaviour, they will not survive. A new economics of a personalist and communal kind is urgently needed.

Keywords: ecological crisis - capitalism - personalist communal economics

¹ Universidad Complutense de Madrid.

El texto corresponde a una conferencia pronunciada por el autor en la Universidad Católica de Salta, Argentina, en julio del cte. año.

A. Prenotandos sociales

1. A veces ocurren en la historia situaciones creadas por el hombre que sobrepasan al hombre que las genera y se le van de las manos. Al final pueblos enteros que fueron cultos terminan creyendo que una raza es superior a otra y un bigote y un brazo en alto desencadenan holocaustos irreparables.

2. Pero hoy ya no solo la cultura sino también la *natura*, la naturaleza entera queda agredida y está provocando sufrimiento e incluso terror milenario en nosotros: los viejos ven secos los cauces de los riachuelos que recorrían sus pueblos y las fuentes de las cuales brotaba agua cristalina². Es, en pocas palabras, la incultura máxima, la cual consiste en echar a perder la *natura* y quedarse sin nada que cultivar.

3. En el horizonte existencial de los asistentes a mis conferencias hay gente muy poco tocada por el aceleramiento entrópico o degradatorio del Planeta (ellos hablan simplemente de «esta situación», o de «esta crisis»), pero piensan

que con reciclar la basura doméstica se solucionará casi todo y que las cosas volverán a su cauce; otros —los menos— hamletianamente comprometidos pensamos que ha llegado la hora del *to be or not to be* y que no se trata de una enfermedad pasajera. Muchos empresarios (especialmente, entre la gran patronal mexicana) asisten a mis conferencias y cursos y a la entrada algunos me dicen: «Carlos, venimos a que nos regañes». En el fondo no procesan del todo la gravedad de esta realidad «cósmica» y la tratan «cosméticamente». Mi percepción es que casi nadie (*quantités négligeables*) quiere procesar en su gravedad lo que está pasando.

Ya en el año 1968, estudiando mi doctorado en Alemania, pregunté al banquero Fugger (descendiente del fundador de la Banca Fugger, que prestaba dinero al Emperador Carlos I) por qué no veía la relación existente entre la desaparición de los bosques de la Selva Negra y la gran contaminación que producían sus empresas en la zona. Él me respondió que la cosa tenía solución, pues él mismo estaba comenzando a construir refugios subterráneos antia-

² En el año 2030, alcanzaremos las 450 partes por billón de Co2 en la atmósfera. Las consecuencias directas son: incremento de la altura del nivel del mar y decrecimiento de la producción agrícola. De ahí las guerras del clima nunca antes vistas. Un solo ejemplo: Bangladesh quedará sumergida parcialmente y 100 millones de personas tendrán que emigrar. India reducirá en un 25% su producción agrícola (hoy en día consumen lo que producen). Sumados estos dos problemas de Bangladesh e India, 300 millones de personas no tendrán qué comer. Pakistán tiene un único río que nace en Cachemira (región que ambas naciones se disputan pero que es controlada por la India). Parece previsible que la India redirigirá las aguas hacia sus territorios para aguantar la asfixiante presión de la hambruna y los refugiados de Bangladesh. Así las cosas, el conflicto armado con Pakistán (potencia nuclear como India) se antoja inevitable. Todo esto es tan solo el resultado de los efectos del cambio climático sobre un único país. La solución hoy, aunque tardía, está en la teoría «de los cinco grifos»: *Población*: pura aritmética. El planeta no puede con tanta gente. *Combustibles*: solo 12 empresas en el mundo extraen el 95% de los combustibles fósiles. Tienen que dejar de hacerlo. *Carne y lácteos*: tenemos que consumir mucho menos; la producción ganadera es responsable del 51% de las emisiones de CO2 en el mundo. *Agua*: estamos secando los acuíferos, nuestros métodos de producción no son sostenibles, tenemos que consumir menos agua. *Consumismo*: tenemos que compartir, intercambiar y usar las cosas hasta el final de su vida útil. Y después repararlas para que sigan viviendo.

tómicos de tres categorías para ser ocupados mientras durasen las radiaciones nucleares. Al insistir yo en que sus nietos no podrían vivir toda la vida en dichos *bunkers* me dijo: «Los empresarios no tenemos nietos». Y a seguir contaminando para ampliar el negocio: primero enriqueciéndose al contaminar con sus fábricas chapuza y después enriqueciéndose por segunda vez con el supuesto remedio. El crimen perfecto.

Hace tan solo dos años, casi medio siglo después de aquello, le pregunté a un importante asesor de ecología del presidente Obama por qué USA seguía «ecoexplotando» al planeta, y él me respondió entre divertido y pícaro: «Señor, ¿a quién no le ha caducado un yogurt?» Parece que la situación no ha mejorado demasiado con la llegada al poder de Mr. Trump, que hace unos días celebraba el calentamiento global del planeta alegando que se necesita para paliar el excesivo frío de las nevadas invernales. Se ha denominado a esta actitud «ecofascismo»: vamos a hacer lo posible por sobrevivir, es decir, por «vivir sobre» los cadáveres de «los países de mierda». En esta misma sala se encuentra en estos momentos, al menos, un protagonista directo que puede ilustrarnos en primera persona sobre las respuestas cínicas *ad hoc* y los silencios cómplices de los organismos internacionales.

B. Prenotandos epistemológicos

4. Esta cuestión parece demasiado lejana a mucha gente (no pueden lidiar con el cambio climático porque las fuerzas de la selección genética y cultural no están creando cerebros capaces de mirar hacia adelante varias generaciones). Pero ninguna medida tendrá el menor efecto si no somos capaces de hallar ya el punto emocional de las personas y de las poblaciones en orden a la obtención de los paliativos correctos.

En efecto, los ecoescépticos distan años luz de procesar lo que está ocurriendo; y ya que hablamos de años luz, se dicen a sí mismos: «Al final también el sol se va a acabar», todo se oxida, así que *tranquillità e buon civo, non preoccuparsi*. Según otros, el progreso nos sacará él mismo de la crisis en que nos ha metido, siendo como es omnipotente; ciencia y tecnología conjugadas harán milagros. Y no faltan quienes apelan al poder taumatúrgico y autorregenerativo de la Pacha Mama: el Planeta Tierra es autoprofiláctico y siempre se recupera. En definitiva, por uno u otro motivo, la mayoría se dice a sí misma: a la larga todos muertos, así que —no pudiendo yo hacer nada— ¡a follar, a follar que el mundo se va a acabar! (pintada escrita en la pared de la Facultad de Filosofía de la Universidad Complutense); en cualquier caso, esta pintada escatológica prolonga aquella otra que de forma más culta vimos en París en mayo del 68: «Dios ha muerto, el hombre ha muerto, y yo no me encuentro nada bien».

Junto a los apocalípticos no faltan los integridos: «Hay que seguir dialogando aunque el techo se nos caiga encima, más vale morir aplastados por la razón dialógica que tocar a rebato la campana de la razón profética». Y de nuevo los toros al corralón y las leyes al Parlamento, y así siempre. A veces la vocecilla de la sindéresis o conciencia moral reprimida se escapa por un momento del cuello de la camisa del presidente de la empresa de turno, pero pronto vuelve al silencio: «Es que si digo lo que pienso en la próxima junta de accionistas habrá otro Presidente...». Unos por otros la casa sin barrer, la misma irresponsabilidad corporativa.

5. Estos «sesgos cognitivos» (ideologías) se basan en suposiciones e intuiciones preformadas para influir en las decisiones. Para lograr la confirmación de nuestras convicciones seleccionamos activamente las pruebas que

puedan apoyar nuestros conocimientos, actitudes y creencias con los cuales creamos un mapa mental —un esquema—. En esta «asimilación sesgada» todo argumento racional queda anulado, y los datos científicos llevan las de perder frente a mi historia emocional y mis significantes culturales que no puedo eliminar. El costo social de admitir un error y el esfuerzo requerido para cambiar un comportamiento socialmente erróneo puede ser tan grande que me resulte más gratificante continuar con una mentira conocida rodeándome de personas que estén de acuerdo conmigo, eligiendo también yo mis fuentes de información en medios de prensa, sitios *webs*, *blogs* y publicaciones cuidadosamente seleccionados, que a modo de cámara de eco refuerzan mis opiniones, las que quiero que se me digan, a fin de no aceptar mi responsabilidad. Para eso están los asesores y consejeros áulicos.

6. Por otro lado, al riesgo temible y desconocido (impactos catastróficos, armas nucleares) nuestra mente le teme menos que a los peligros más mundanos (accidentes domésticos, de coches, el alcohol, las piscinas en casa), aunque son las principales fuentes de muertes. Mis vecinos podrían sentirse muy ansiosos por la amenaza que supone una torre de teléfonos celulares: miedo a la radiación, amenaza a nuestros niños mientras juegan inocentemente en el patio de su colegio, cáncer, etc. Pero, una vez que el *status quo* pasa a formar parte de la vida normal, se requiere un nivel mucho mayor de amenaza para su eliminación. Y la gente no se moviliza.

¿Por qué el cambio climático no es capaz de plantear el mismo nivel de preocupación, si también es catastrófico, irreversible, y amenaza las vidas de todos? Según Daniel Kahneman, premio Nobel por su trabajo pionero en la psicología de la toma de decisiones, cuyo libro más vendido se titula *Pensar rápido y pensar*, el pri-

mer problema es que se percibe abstracto, distante, invisible y discutible, por lo que no suele merecer la atención prominente que corresponde a su enorme relevancia. El segundo problema es que las personas son más reacias a los costos a corto plazo y a las reducciones en sus niveles de vida que a los costos a largo plazo. Un ejemplo: la reducción de las emisiones de gases del efecto invernadero nos costará alrededor del 1% de nuestro ingreso anual durante los próximos cincuenta años. Si no lo hacemos, los costos anuales de los eventos climáticos extremos aumentarán de 5% a 20%. Según la «teoría de la utilidad», las elecciones se llevan a cabo mediante una evaluación racional de los beneficios futuros. Para movilizar a la gente hay que convertir las cuestiones en un asunto emocional. Nuestras decisiones tienen más probabilidades de estar dirigidas por un conjunto de atajos mentales intuitivos que por tendencias cognitivas.

C. Ingenuos, rencorosos, tramposos. ¿Quién podrá más?

Según los sociobiólogos y los genetistas de poblaciones, la conducta de cada individuo y de todo colectivo se reduce básicamente a tres opciones:

Predominio de los comportamientos ingenuos

Esta gente buena, en el buen sentido de la palabra, no engaña, es justa, solidaria, y respeta al otro como a sí mismo, tanto al prójimo lejano como al próximo cercano. No solo se comporta bien con el círculo de sus amigos y familiares (niveles convencionales), sino también a niveles postconvencionales. Los empresarios ingenuos no roban a los trabajadores que laboran para ellos, ni establecen disimetrías abismales en lo que se refiere a la economía conmutativa y distributiva, ni individualizan

las ganancias pero socializan las pérdidas. Incluso clausuran sus industrias contaminantes. Por su parte, los consumidores serían más responsables y cuidadores del Planeta.

Predominio de los tramposos

Son las gentes endurecidas que no devuelven los préstamos, evitan pagar a hacienda, manipulan y engañan, llegando a morder la mano que les alimenta. Si todos nos comportásemos así, la vida se parecería a un infierno. En situaciones extremas los primeros en caer aquí serían los menos tramposos, los cuales irían desapareciendo por «crisis cíclicas» (Marx) hasta quedar solamente los supertramposos (supercapitalistas), que entre sí se someterían de nuevo a una lucha a muerte: o tú o yo, los dos no cabemos en la misma camorra³.

Predominio de los legalistas

Ellos se limitan a cumplir las leyes. En ese dado supuesto, viviríamos en una sociedad democrática, legal, pero no siempre legítima. Siempre lo más cercano que pueden de las ins-

tituciones estatales, suelen presumir de patriotismo mientras deslocalizan su sagrado dinero. Hoy son ellos quienes no tienen patria.

¿Quién podrá más: el alma bella o el corazón duro?

Ilustremos con lenguaje coloquial la respuesta, ayudados por el análisis de Hegel. Camina un «alma bella» (ingenua) por la calle, cuando un «corazón duro» (tramposo) le muele a golpes. El alma bella pregunta: «¿Quién eres tú, por qué me golpeas, qué daño te hice yo?». Y el corazón duro, que siempre mira de arriba hacia abajo, responde: «Te golpeo porque soy más fuerte que tú». Empero, el alma bella se entera de que su golpeador está malherido en la clínica tras haber sido golpeado por otro, y decide ir a verlo: «Te perdono, y quiero ser tu amigo si tú me dejas». A tan sublime gesto responde el corazón duro: «Yo no quiero ser amigo tuyo ni de nadie; además te crees superior a mí porque me perdonas, pero yo rechazo todo perdón, porque me siento humillado al verme perdonado. Vete inmediatamente».

³ Para la visión clásica de la economía, el mercado es una institución solo compatible con las motivaciones egocéntricas. No mucho más que eso (un sumatorio de egoístas) es el liberalismo económico; Adam Smith sostuvo que fuera de la familia no funciona la generosidad, siendo el «egoísmo racional» el motor de la economía general. Pese a ello, la economía liberal pretende dar lecciones de ética con su nueva cultura empresarial, nueva ética corporativa, nueva moral de la rentabilidad, nuevos códigos de ética empresarial forrados con la piel de los trabajadores, en los cuales se habla de credibilidad, confianza, calidad, responsabilidad, legalidad, etc., haciendo creer que lo corporativo (es decir, la «familia empresarial») es lo comunitario, por aquello de que «lo que es bueno para la General Motors es bueno para Biafra»: así creen vivir el universalismo moral quienes se identifican a sí mismos con el universo. Los neoliberales han encontrado la piedra filosofal en su «ética de los negocios», cínico doble lenguaje donde «atención personalizada» significa «servicio al cliente»; «ética cívica», ciudadanía con posibilidades de compra, y *win-win-relationships*, relaciones societarias entre ganadores, cuyo lema real sería *mors tua, vita mea. El negoci és el negoci*, o sea, la maximalización de los beneficios, el dar poquísimo para obtener muchísimo, todo eso con ayuda de las leyes que para eso están, burlándolas cuando conviene. Este remozamiento de fachada ha optado, en fin, por reinstalar más o menos el elemento social y espiritual (¿?) después de haber separado el momento de la supuesta donación filantrópica para fines sociales después del momento de la acumulación, pues quien acumula de mala manera no puede compartir de buena (solo comparte como es debido quien obtiene beneficios de buena forma); en suma, rechazamos hacer confluir lo sagrado con lo profano a partir de lo profanado mismo.

te de aquí, porque si no lo haces te buscaré para matarte». Tales palabras son la gota que colma el vaso para un alma bella adolorida, que responde mientras se viene abajo: «Ya no puedo más; el mundo es más capaz de daño y de maldad de lo que yo soy capaz de soportar y transformar; incluso, él puede arrastrarme hacia el mal, mientras yo soy incapaz de moverle hacia el bien. Lo siento. Aunque no pienso hacer daño a nadie, de ahora en adelante tampoco voy a permitir que el mundo me dañe a mí, así que me blindaré. No ayudaré a nadie, pase lo que pase. Sé que si me encierro en mi torre de marfil no me llegará el amor ajeno, pero tampoco el daño, que es más abundante». Y he aquí que Hegel anota en semejante momento: «esta es la forma en que, a su vez, el alma bella se convierte en corazón duro». ¡Qué experiencia tan común, cuánta gente ha experimentado y experimenta la metamorfosis de alma bella en corazón duro observada por Hegel! O bien nos encerramos en nuestro caparazón porque no podemos con el dolor que nos inflige el mundo, o devolvemos al mundo el dolor que este nos ha infligido a nosotros. Es así como permitimos que en dicho mundo se expanda el rencor, mientras procuramos promover la ingenuidad en nuestro ámbito privado: dos lógicas opuestas reinando en el mismo campo de batalla. El mal público que lo arreglen los políticos. ¿Pero no eran malos también los políticos? Solo a los más optimistas se les ocurre decir que vivimos en el mejor de los mundos posibles, pero también solo a los más pesimistas aquello otro.

D. Por una urgentísima economía personalista y comunitaria

Una economía donde el interés es inter-esante

Interés viene de *inter esse*, vivir interrelacionados, aunque el lenguaje bancario haya

desfigurado este término y tantos otros. No hay que quedarse en casa llenos de miedo ante un mundo peligroso, sino ir más allá de los enanos de nuestros temores no correspondidos por los gigantes de nuestros meros deseos. Pero nosotros individualmente no podemos, tenemos que defendernos con una lucidez que no se deja avasallar: volver a la tierra reforestando lo deforestado para que donde hubo mal se pueda hacer el bien. Debemos ensanchar el horizonte sabiendo defendernos sin estar a la defensiva, sino trabajando a la oferta. Es labor de la pedagogía de los grupos ayudar a que cada cual en su interior vaya hallando el ritmo adecuado, pues no todos somos iguales ni podemos lo mismo, ni queremos lo mismo, ni sabemos lo mismo, ni tenemos las mismas convicciones, ni el mismo grado de madurez.

Frente a la economía neoliberal, que sigue creyendo que su función es la de procurar a los individuos recursos y medios para que realicen su plan de vida material, nosotros no entendemos la economía como dinero que busca más dinero, ni como mera función de la vida personal, sino como la expresión de la vida personal misma, y a la persona como la realidad central de la empresa. ¿Por qué, pues, la «economía relacional humanadora» es olvidada por los «profesionales» de cada gremio para convertirla en mero intercambio de mercancías ajeno a toda relación personalizante y comunitaria? Una economía que no sabe decir «tú» es una economía de guerra cósmica y planetaria. Siendo la economía expresión de la antropología, los agentes de las empresas de economía de solidaridad y comunión se atenderán en su economía al mismo estilo relacional que asumen en los demás ámbitos de la vida: para ellos el *inter esse* humano será la base de todo otro interés. En esto consiste también su capital: en actuar «con cabeza», «capitalmente», haciendo que la vida económica pase de ser un lugar de confrontación (pues de los amigos no

se defiende uno) a ocasión de encuentro, «capital relacional», no egocéntrico sino ecocéntrico.

Un beneficio donde dar sin perder y tomar sin quitar

Si toda relación humana ha de ser ganadora, y no fracasante, autoderrrotante, frustrante, inexitosa, entonces, también la relación económica está llamada a ser «de suma cero», donde todos ganan y ninguno pierde, lo cual se alcanza cuando en la gestión económica se buscan beneficios antropológicos (de nuevo la semántica: *bene facere*, *bene factum*, *beneficio*): hacer bien, beneficencia, buena eficiencia, bienes humanadores antropológicos, no meramente crematísticos. Así, esa relación *beneficiente* o benéfica constituye la primera ganancia, sin la cual todo beneficio económico deviene maleficio. Esta verdadera economía *non profit* mejora el bienestar de los trabajadores sin olvidar sus motivaciones humanas —no todo es cerveza en la vida—, e imprime un giro revolucionario a la historia. Es una «economía a la medida de la persona en comunidad», donde se puede dar sin perder y tomar sin quitar. Ahora bien, así como la felicidad no puede ser buscada por sí misma, sino que surge como resultado de una vida bien vivida, así también el esfuerzo produce beneficios no buscados y siempre bien venidos. Por eso su beneficio es el *bene facere*, un beneficio a la medida del hombre, y no un hombre a la medida del cálculo de resultados. Al empresario que tiende por naturaleza a hacer de su empresa una proyección de su ser, en la que acumular los recursos producidos (para luego enterarse, al final de su vida, de que el hijo con el que contaba para sacarla adelante, o no tiene capacidad o quiere ser poeta!), esta cultura del dar le lleva a compartir en vida el producto de su ingenio en vez de acumularlo todo para depositarlo al final en una fundación, en un capital, o en una galería de arte y contentarse con la

«inmortalidad» de un busto de mármol que ni siquiera tendrá la satisfacción de ver, y cuyo pretendido incremento de fama será sepultado bajo el interminable excremento de las palomas y de otras aves del cielo. La economía debería ser un momento privilegiado para la amistad y el encuentro. Por tanto, siendo su interés relacional el beneficio humano, a mayor beneficio, mayor donatividad. *Homo donans*: quien dice persona dice don, y quien dice cultura quiere decir cultura del dar, cultura que va «del tener al dar, y del dar al darse», cultura que no quiere ser para tener, sino que tiene su tener para ser más. El donante no pierde lo donado cuando el receptor vive en relación con el donante: más se posee cuanto más se regala, hay más alegría en dar que en recibir. Darse: quien no da su yo lo pierde a favor de los gusanos. Qué triste es esperar a morirse para compartir: la lucha de muchos contra su muerte solo tiene por objeto evitar el inevitable don final.

Una deuda a la que se concede crédito

Tal economía es una economía de *creditum* (crédito, credibilidad: «creer en el otro relacional»), pues cree posible colaborar con el otro, creencia que el otro procurará no defraudar. Una cultura del nosotros no se mide en la perspectiva «filantrópica» basada en el dar unilateral, de arriba abajo. Ciertamente, también el filántropo cede gratuitamente, es decir, da a los demás; pero gestos así casi nunca generan relacionalidad, pues la filantropía no es una virtud cuando lo que vulgarmente se llama altruismo es altruismo sin el otro (todo para el otro, pero sin el otro). No basta con dar, siquiera gratuitamente, pues ello crea dependencia en quien recibe y se presta al sarcasmo de Nietzsche: «Vuestro vecino alaba vuestra ausencia de egoísmo porque saca ventaja de ello». A veces hasta el altruismo que apela a la racionalidad de su propia acción (egoísmo racio-

nal) no pasa de ser egoísmo enmascarado. La «economía de comunión» no es pánfila, sino crediticia, es decir, basada en el dar colaborador donde todos dan y todos reciben, aunque no todos sean capaces de alcanzar las mismas cotas de productividad, pues la dignidad no se mide por el rasero único de la eficacia y el rendimiento o el resultado, aunque tampoco deseamos hacer apología de la ineficacia, y menos aún de la insolidaridad, protegiendo a los más vagos. No hacer todo lo que se puede es no querer todo lo que se debe. La práctica ética de la economía no alimenta vagos. Las relaciones adultas solo pueden ser de igual a igual: si quieres ser mi amigo me lo tienes que demostrar con un comportamiento de reciprocidad, ya que solo así tenemos la conciencia de pertenecer a un grupo y a una racionalidad-nosotros, para la cual gratuito no significa en modo alguno superfluo. Conjugar confianza y rendimiento constituye el reto principal de una economía centrada en la persona y, por tanto, no puede darse sin una pedagogía adecuada, en la que no solo se aprende a vender, sino a no venderse, pues mis derechos lo son porque mis compañeros, al asumir su deber, sostienen alzados y tensos los vientos de la misma tienda de campaña en que moramos. Quien se limita a dormitar sin aportar debería dormir a la intemperie, no es digno de tener un buen sueño. En una «economía de ideales» (no de meras idealizaciones) resulta intolerable que alguien no rinda porque no se le pague e inconcebible alguien impuntual y por tanto obstaculizador de la marcha de la cadena.

La relación de pertenencia se cumple cuando cada uno asume su parte de confianza, de reciprocidad, de altruismo, de acogida. Nada de llenar esta economía con mediocres batallones de los torpes en su blanda molicie; al contrario, dinámica reciprocidad de las conciencias en sus interacciones basadas en la confianza incondicional que demanda «corres-

ponder» (palabra que responde es respuesta, respuesta que es co-responsabilidad). Esto nos hace mejores personas y, si fallamos sistemáticamente a esa incondicionalidad, es que no estamos bien, o que no nos *inter-esa* la relación, y entonces vamos de conflicto en conflicto. Sustraerse a la lógica de la reciprocidad hace retirar la confianza e interrumpe la economía de relación.

Una economía de comunión con sentido

Pues vivida de forma triste sería una triste economía de comunión. El dinamismo empresarial triste no sobrevive, se estanca y retrograda. La alegría se traduce aquí en mayor rendimiento, en fomento de la creatividad y no de la pasividad, en la asunción de las responsabilidades personales sin escudarse en el anonimato. ¿Qué es la alegría? Que allí donde estamos llevemos este tipo de empresas en nuestros glóbulos rojos. Que si un día vuelves a nacer vuelvas a trabajar en este tipo de empresas.

Las «empresas culturógenas alternativas» no se van a morir de tristeza, ni van a cerrar por carencia de productividad, ni van a dejar de hacer caja, todo lo contrario: ¿se imaginan la cantidad de puestos de trabajo que pueden crearse desarrollando una nueva antropología? La música, la danza, las artes de toda la naturaleza, la filosofía, la política como convivencia en justicia, el cultivo alternativo de la naturaleza, la potenciación sana de la corporalidad, la alegría de cultivar una conciencia a la medida de la humanidad, las nuevas pautas de ocio compatible con el negocio medido y con la plasticidad del deseo, el placer del estudio, del afrontamiento de lo difícil que hace crecer, etc., nada de lo cual tiene que ver con la falsa bucólica de Salicio y Nemoroso ni con el ecologismo blandito del sálvese quien pueda, cada quien a su insula Barataria. Leí algunas de estas cosas con unción en Herbert Marcuse hace bastan-

tes años, pero vi que le faltaba instinto de trascendencia, sin la cual ni la hormiga es cigarra ni la cigarra es hormiga. Está todo por hacerse. Cuando podamos repetir convictamente con Sócrates «cuánto es lo que no necesito, y lo poco que necesito qué poco lo necesito», habremos pasado de la economía del consumo a la economía de la creatividad.

No podemos seguir como estamos, como si el progreso económico irracional e injusto fuese la máxima aspiración de todas y cada una de las naciones. Queremos un «decrecimiento inteligente», creativo, que en nada se parece al volver a las cavernas, ni tiene lo más mínimo en común con lo que llaman «crecimiento negativo» del «me van a quitar mi burra, mi vaca y mis boñigas», y que no es más que miedo a combatir contra la propia bestia consumista. Si es crecimiento es y solo puede ser positivo, pero bajo el rostro de lo humano indeclinable.

Mañana sería tarde: urge una gran transformación, una transformación radical o revolucionaria de la ecología personal. Desgraciadamente, cuando no exista motivación para acometerla, será necesario habilitar un sistema penológico de castigos y recompensas estableciéndolo como una bandera de todos cual santo y seña de pertenencia social. A grandes males grandes remedios.

E. Seis giros civilizatorios personalistas y comunitarios cuya recordación ha devenido de vida o muerte

- Un *giro sintáctico* pasando del necesario «yo-y-tú» convencional al «nosotros» postconvencional.
- Un *giro semántico pedagógico* cambiando de discurso: amar / saber / querer / poder /

deber / esperar / hacer / agradecer.

- Un *giro pragmático* luchando por la supervivencia en orden a un cambio radical de vida.
- Un *giro filico* tomando al amor como principio vital: da más fuerza sentirse amado que creerse fuerte, la verdad se descubre en el amor, solo se posee lo que se regala.
- Un *giro elpídico* donde la esperanza se convierte en motriz de la historia para quienes se comprometen, no para los supersticiosos que esperan sin hacer.
- Un *giro pístico* reconociendo que todo pensamiento que no se decapita desemboca en la trascendencia. No queremos ser pollos decapitados que siguen caminando por inercia durante un breve tiempo antes de morir degollados.

Sin esto toda cultura es barbarie. ¿Qué es, pues, la incultura? Incultura es la ignorancia cristalizada que perdura con la violencia de ahí derivada. Nada haremos sin empresas culturales, sin una economía culta, pues la economía no es el páramo de la retórica. La cultura no consiste tan solo en haber leído o escrito muchos libros, o en hablar muchos idiomas, es tener también hijos para la vida, o sea, la realización creativa de nuestras capacidades. No solo es cambiar de chip, es también cuestión de cambiar el corazón.

Hillel, el gran rabino judío supuesta pero no realmente maestro de Jesús, argumentaba así: «El mundo está mal. Algo hay que hacer. Si no lo hacen los demás, ¿por qué no lo hago yo? Mas si no lo hago yo, ¿quién soy yo?».

