

Christian Felber

La
ECONOMÍA
del
BIEN
COMÚN

*Prólogos de Federico Mayor Zaragoza
y de Victoria Camps*

*Un modelo económico que supera la dicotomía
entre capitalismo y comunismo para
maximizar el bienestar de nuestra sociedad*

Edición 2015 ampliada y actualizada

DEUSTO

La economía del bien común

Un modelo económico que supera
la dicotomía entre capitalismo
y comunismo para maximizar
el bienestar de nuestra sociedad

CHRISTIAN FELBER

Traducido por Silvia Yusta



EDICIONES DEUSTO

Título original: *Die Gemeinwohl-Ökonomie*

Publicado por Deuticke, editorial Paul Zsolnay Verlag, Viena, 2010 y 2012

© 2010, 2012, 2015 Christian Felber

© de la traducción Silvia Yusta, 2012, 2015

© Centro Libros PAFP, S. L. U., 2015

Deusto es un sello editorial de Centro Libros PAFP, S. L. U.

Grupo Planeta

Av. Diagonal, 662-664

08034 Barcelona

Obra licenciada bajo licencia Creative Commons

Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 España:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/es/legalcode.es>

www.planetadelibros.com

Diseño de cubierta: microbiogentleman.com

Imagen de cubierta: © [artpartner-images](http://artpartner-images.com) - Getty Images

ISBN: 978-84-234-2089-6

Depósito legal: B. 17.238-2015

Primera edición: septiembre de 2015

Preimpresión: Medium

Impreso por Artes Gráficas Huertas, S.A.

Impreso en España - *Printed in Spain*

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (Art. 270 y siguientes del Código Penal).

Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con CEDRO a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.

Sumario

Prólogo	
<i>Federico Mayor Zaragoza</i>	11
Hacia una transmutación de los valores	
<i>Victoria Camps</i>	19
Prólogo a la nueva edición	
<i>Christian Felber</i>	25
I. Análisis breve	39
II. La economía del bien común-idea principal . .	59
III. La banca democrática	115
IV. Propiedad	137
V. Motivación y sentido	173
VI. Desarrollo de la democracia	195
VII. Ejemplos, afines y modelos	227
VIII. Estrategias para su ejecución	257
IX. Preguntas frecuentes	283
X. Números, datos y resumen	309
Bibliografía	319
Agradecimientos	321

I

Análisis breve

Cooperar, ayudar a otros, que gobierne la equidad, son motivaciones básicas que se encuentran de forma global y ancladas biológicamente en el ser humano. Este modelo aparece a lo largo de todas las culturas.²

JOACHIM BAUER

Valores humanos-valores de la economía

Curiosamente, aunque los valores debieran ser la orientación esencial, las guías de nuestra vida, en la economía de hoy en día priman otros completamente diferentes a los válidos en nuestras relaciones personales diarias. En nuestras relaciones diarias o de amistad nos va bien cuando ponemos en práctica valores tales como la confianza, la sinceridad, el aprecio, el respeto, escuchar a los demás, la empatía, la cooperación, la ayuda mutua y la voluntad de compartir. La economía capitalista se basa en un sistema con normas que potencian la búsqueda de beneficios y la competencia. Estas pautas incentivan el

2. Bauer (2011), 39.

egoísmo, la codicia, la avaricia, la envidia, la falta de consideración y de responsabilidad. Esta contradicción no es sólo un fallo estético en un mundo complejo o multivalente, sino una catástrofe cultural, nos divide en lo más profundo, como individuos y como sociedad.

Valores y guías

La contradicción es por tanto fatal, ya que los valores son el fundamento de la convivencia. A partir de ellos establecemos nuestras metas vitales, orientamos nuestros actos y los proveemos de sentido. En español la palabra «sentido» determina tanto «significado» como «dirección». Los valores son como una guía que señala la dirección de nuestra vida. Pero cuando nuestra guía diaria señala hacia una dirección ética —confianza, cooperación, voluntad de compartir— y de repente, en una parte de nuestras vidas, la economía de mercado, una segunda guía nos marca un camino justo en dirección contraria —egoísmo, competencia, codicia—, sufrimos una desesperante contradicción. ¿Debemos ser solidarios y cooperativos, ayudar a los demás y estar constantemente pendientes del bien de todos? ¿O debemos tener siempre en cuenta primero nuestro propio beneficio y al resto, como competidores, atarles en corto? Lo incomprensible de esta discrepancia es que el legislador prefiere la guía falsa. La confirma, y con ello incentiva valores que todos sufrimos. Esto no es categóricamente obvio porque ninguna ley dice que tengamos que ser egoísta, codicioso, avaricioso, desaprensivo o irresponsable. Pero en numerosas leyes, normativas y tratados nacionales, de la Unión Europea y de la Organiza-

ción Mundial del Comercio (OMC), está vigente que, en economía, debemos tender a aumentar el beneficio financiero y ser competitivos. La consecuencia es la aparición epidémica de comportamientos asociales en la economía.

¿Del egoísmo surge el bien común?

El imperativo de que debemos ser competitivos con los demás y aspirar a conseguir el mayor beneficio financiero personal posible (comportarnos de manera egoísta) nos aleja de la esperanza, profundamente paradójica, de que el bien de todos se obtendría del comportamiento egoísta del individuo. Adam Smith, el primer economista científico, justificó esta teoría hace doscientos cincuenta años. Smith dijo literalmente: «No es por la benevolencia del carnicero, del panadero o del cervecero que contamos con nuestra cena, sino por su propio interés».³

No estoy tratando de acusar a Smith. Una frase como ésta es comprensible en aquellos días, cuando el concepto de que el «individuo» persiguiera su propio interés era nuevo. Las «empresas» eran mayormente diminutas y carentes de poder, además estaban asociadas a nivel local y eran individualmente responsables. Los fundadores de las empresas, los dueños, los empleadores y los trabajadores formaban en muchos casos una unión personal. No había sociedades anónimas y globales, no había un movimiento libre de capital ni billonarios fondos de inversión.

Adam Smith esperaba que una «mano invisible» condujera el egoísmo individual hacia el bienestar del mayor

3. Smith, 17.

número de personas posible. Smith era un filósofo moral, muchos de quienes lo conocen en detalle están seguros de que se refería a la mano de Dios.⁴ Pero contemplado desde un punto de vista económico, no puede tratarse de otra cosa sino de la competencia. Porque, ¿qué otro sistema que no sea la competencia es responsable de que las empresas no sean capaces de incrementar su egoísmo en exceso? Tan pronto como se cobran altos precios o se ofrece una calidad inferior, somos reemplazados por otros: competencia. Hasta la fecha, la legitimación básica del sistema capitalista se basa en que el egoísmo del individuo conducirá hacia el bienestar al mayor número posible de personas a través de la competencia. Desde mi punto de vista, esta hipótesis es un mito y además fundamentalmente falsa. La competencia estimula sin duda el rendimiento a su manera (este punto lo veremos en detalle más adelante), pero ocasiona daños extremadamente altos a la sociedad y a las relaciones entre las personas. Si las personas persiguen su propio beneficio como única meta o como meta suprema, y actúan unas contra otras, aprenden a ser más astutas que los demás y a creer que ésta es la forma correcta y normal de actuar. Si engañamos a los demás en todo, entonces no nos estamos comportando como seres equivalentes. Estamos perdiendo nuestra dignidad.

La dignidad es el mayor de los valores

Cuando en mis clases en la Facultad de Economía pregunto a los universitarios qué entienden por «dignidad

4. Bruni/Zamagni, 108.

humana», obtengo un perplejo y generalizado silencio. A lo largo de sus estudios o no han aprendido o no han oído nada al respecto. Esto asusta tanto más cuanto que la dignidad es el mayor de los valores. Es el primer valor que se menciona en la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Dignidad quiere decir «valor en igualdad, sin condiciones e inalienable» que poseen todos los seres humanos. La dignidad no requiere de ninguna acción, tan sólo de existencia. Del idéntico valor de todos los hombres proviene nuestra igualdad, en el sentido de que en una democracia todas las personas deben disfrutar de los mismos derechos, las mismas libertades y oportunidades. Y sólo entonces, cuando realmente todos disfrutamos de las mismas libertades, se da la condición necesaria para que seamos realmente libres. La dignidad humana es la premisa para la libertad. Immanuel Kant decía que la dignidad sólo puede preservarse en el roce diario entre las personas siempre y cuando nos consideremos y nos tratemos como personas equivalentes. Debemos tomar las necesidades, los sentimientos y las opiniones de los demás tan en serio como los propios como expresión de la igualdad del valor. No debemos nunca instrumentalizar a las otras personas ni utilizarlas como medio para alcanzar los fines propios exclusivamente. De otro modo, acabaríamos con la dignidad.⁵ Como efecto secundario, pueden también originarse beneficios de los encuentros

5. «La humanidad misma es una dignidad, porque el hombre no puede ser tratado por ningún hombre (ni por otro, ni siquiera por sí mismo) como un simple instrumento, sino siempre, a la vez, como un fin, y ahí radica precisamente su dignidad...» Immanuel Kant: *Metafísica de las costumbres, Enseñanza de las virtudes*, 38.

en igualdad dignos. Según Kant y el sentido común, esto sucede de manera completamente automática cuando todos se desean unos a otros lo mejor, construyen una base de confianza, se toman en serio, se escuchan y se valoran. Sin embargo, conseguir beneficios no debe ser la finalidad de los encuentros dignos.

En el libre mercado es, no obstante, legal y usual que instrumentalicemos a los demás y con ello vulneremos su dignidad. No es nuestra meta preservar su dignidad. Nuestra meta es lograr el provecho propio. Y éste es, en muchos casos, más fácil de conseguir cuando me aprovecho del que tengo más cerca y daño así su dignidad. Decisivas son mi actitud y mi prioridad. ¿Se trata del bienestar del mayor número posible de personas y de proteger la dignidad de todos, lo que de forma automática repercute en mi propio beneficio? ¿O se trata de priorizar mi propio bienestar y provecho, que a su vez puede, aunque no tiene por qué, atraer también el provecho de otros?

Si perseguimos nuestro propio beneficio como fin supremo, entonces se convierte en práctica común utilizar a los demás como medios para nuestros fines. En tal caso, la tergiversación de la teoría de Smith acerca de la finalidad y los efectos secundarios conduce a la difusión de la vulneración de la dignidad humana y a una sistemática restricción de la libertad de muchos seres humanos.

¿«Libre» mercado?

El «libre mercado» sería un mercado libre si todos los que participan activamente en él lo hicieran en las mismas condiciones y, entre otras, pudieran retirarse indemnes de

cualquier transacción comercial. Pero eso sólo es cierto para una parte de las transacciones del mercado. Hay una parte relevante en la que algunos no pueden renunciar tan fácilmente a las transacciones como otros porque son en gran medida dependientes.⁶ Muchas personas no pueden decidir si quieren comprar alimentos hoy o no, o si quieren alquilar una casa. Muchas empresas no pueden decidir si quieren aceptar un crédito hoy o no. Si no lo hacen, puede que mañana sean insolventes. Innumerables granjeros no pueden decidir libremente a quién suministrar sus productos. A menudo sólo tienen uno o un puñado de compradores como elección que los tratan igual de mal. Las transacciones típicas son las siguientes:

- La media de los empleadores puede retroceder ante un contrato de trabajo para fijar sus términos más fácilmente que la media de los trabajadores.
- La media de entidades crediticias puede paralizar un contrato de crédito para estipular sus cláusulas más cómodamente que la media de los prestatarios.
- La media de las gestoras inmobiliarias puede tomar distancia antes de la firma del contrato de arrendamiento y con ello establecer los requisitos de éste más fácilmente que la media de los inquilinos.
- La media de las corporaciones globales puede prescindir de alguno de sus miles de colaboradores y de esa manera determinar las condiciones del contrato más fácilmente que la media de los proveedores.

6. Comparar con Herzog (2013) 85.

Una desigualdad de poder en las relaciones comerciales privadas no sería el menor de los problemas si ambas partes se enfrentasen con respeto y con el propósito de proteger la dignidad. Entonces, la persona más fuerte se encontraría al mismo nivel y a la misma altura que la menos fuerte, y tomaría los deseos y sentimientos de ésta tan en serio como los propios. El resultado solamente sería satisfactorio cuando ambos pudieran vivir bien. Pero en la economía capitalista directamente se incentiva a los más poderosos para hacer de esta desigualdad una ventaja. La empresa canibalista y el fondo buitre no tienen como objetivo el respeto y la preservación de la dignidad con quienes interactúan. Es más: una parte importante de la «eficiencia» de los mercados resulta de la cultura de que los más fuertes y más poderosos saquen provecho de relaciones desiguales en las que no respeten la dignidad de los demás.

Cuando en una comunidad de seres humanos no se preserva sistemáticamente la dignidad de cada individuo, tampoco se protege la libertad. La protección de la dignidad —la convención de las personas como iguales— es la premisa para la libertad de todos en esa comunidad. Cuando los individuos tienen en el punto de mira el beneficio propio dejan de tratar a los demás como iguales para hacerlo como instrumentos y, con esto, peligra la libertad de todos. Por este motivo, no se puede denominar una economía de mercado basada en el afán de lucro y la competencia como economía «libre». Sería una contradicción en sí misma. Honestamente, cada economía de mercado que persiga el beneficio y la competencia debería cambiar su nombre, al destrozar la libertad, por economía de mercado desapresiva, inhumana y finalmente iliberal.

La confianza, más importante que la eficacia

Una cosa más. Cuando en el mercado tenemos que temer constantemente que los demás se aprovechen de nosotros tan pronto tengan la más mínima posibilidad, sistemáticamente se pierde otro bien esencial: la confianza. Una parte de los economistas dice: «no pasa nada, en la economía se trata de eficacia». Eso es una perversión. La confianza es el mayor bien social y cultural que conocemos. La confianza es aquello que mantiene unida a la sociedad en lo más profundo, no la eficacia. Imagínese una sociedad en la que pudiera confiar plenamente. ¿No sería la sociedad con el mayor nivel de calidad de vida? Y al revés, una sociedad en la que tuvieran que desconfiar de cada persona, ¿no sería ésta la sociedad con la peor calidad de vida, el infierno?

El balance provisional es radical: mientras en la economía de mercado se promuevan y primen el beneficio y la competencia y se apoye la extralimitación de unos contra otros que provoca, no será compatible ni con la dignidad humana ni con la libertad. Se socava radicalmente la confianza y se produce por contra desconfianza generalizada y miedo, en paralelo a que crezca la desigualdad.

Ante estas circunstancias la corriente económica dominante señala a menudo tres conocidos tipos de reacción:

1. Es de sobra conocido que no hay ninguna alternativa a la economía de mercado.
2. El que no se da por enterado quiere catapultar la economía de vuelta a la pobreza del siglo XIX o directamente al comunismo.

3. La economía de mercado es el sistema económico más productivo que hay, y así lo ha decidido la historia. La competitividad incita a producir de forma incomparable, además de ser una característica propia de la naturaleza del ser humano y, por lo tanto, inevitable.

Vamos a ver más de cerca estos últimos mitos básicos de la economía de mercado. «La competencia es en la mayoría de los casos el método más eficaz que conocemos», escribe el Nobel de Economía Friedrich August von Hayek.⁷ Cuando un premio Nobel dice algo así, tiene que ser verdad, incluso si no existiera el Premio Nobel de Economía.⁸ He intentado encontrar los estudios empíricos a través de los cuales Hayek llega a esta conclusión. Pero no los he encontrado. He buscado entre los trabajos de otros economistas, ya que es usual que los colegas de la comunidad económica se citen unos a otros. Tampoco aquí he tenido éxito. Ninguno de los economistas coronados con el Premio Nobel ha demostrado jamás que la competencia sea el mejor método que conocemos. Uno de los pilares ideológicos fundamentales de las ciencias económicas es sólo una afirmación que se inculca desde la corriente principal de la ciencia económica y que cree la mayoría de los economistas. Y sobre esta afirmación se sustentan el capitalismo y la economía de mercado, que son los mode-

7. Hayek (2004), 22.

8. El Premio Nobel de Economía no existe. El «Premio del Banco Central de Suecia de las Ciencias Económicas en memoria de Alfred Nobel» se otorga desde 1969 pero no lo otorga el Comité del Premio Nobel. Está financiado por la Fundación Nobel, pero no con la fortuna de Nobel.

los económicos dominantes en el mundo desde hace doscientos cincuenta años.

Referente a la pregunta concreta de si la competencia motiva más que el resto de los métodos, encontramos gran cantidad de estudios de numerosas disciplinas como la ciencia de educación, la psicología social, la teoría de juegos o la neurobiología. Fueron analizados 369 en un metaestudio. Y de aquellos con un resultado claro, la contundente mayoría de un 87 por ciento llega a la sorprendente conclusión de que la competencia no es el método más eficaz que conocemos.⁹ Lo es la cooperación. La razón es que la cooperación motiva de manera distinta a la competencia. Que la competencia motiva no lo discute nadie. Esto lo ha probado de sobra la capitalista economía de mercado, pero lo hace de manera más débil. La cooperación motiva basándose en las relaciones satisfactorias, el reconocimiento, la valoración y la fijación y consecución de objetivos comunes. Esto es la definición científica de cooperación. Por el contrario, la definición de competencia es «el logro del éxito de uno o de otro». Sólo puedo tener éxito si el otro no lo tiene. La competencia motiva en primer lugar sobre la base del miedo. Por este motivo, el miedo es un fenómeno muy extendido en las economías capitalistas de mercado: se teme perder el trabajo, los ingresos, el estatus, el reconocimiento social y la pertenencia. En la competición por escasos bienes hay en general muchos perdedores, y la mayoría tienen miedo a serlo. Pero hay más componentes de la motivación dentro de la competencia. Mientras que el miedo empuja por detrás, desde delante arrastra una especie de deseo placentero.

9. Kohn, 205.

Pero ¿qué deseo? Se trata del deseo de triunfar, de ser mejor que todos los demás. Esto, desde un punto de vista psicológico, es un motor problemático. La finalidad de nuestras acciones no debería ser sobresalir de los demás, sino ocuparnos bien de nuestros propios asuntos, que son coherentes y nos gusta realizar. En este punto deberíamos referirnos a la autoestima. Aquel que relaciona su propio valor con ser mejor que los demás depende completamente de que los demás sean peores. Desde un punto de vista psicológico se trata de un narcisismo patológico. Sentirse mejor porque los demás son peores es simplemente enfermizo. Lo sano sería nutrir nuestra autoestima de acciones que nos gustara realizar, elegidas libremente y por tanto dotadas de sentido. Si nos concentrásemos en ser nosotros mismos en vez de en ser mejores, nadie saldría perjudicado ni habría necesidad alguna de la existencia de perdedores.

Se trata de la fijación de objetivos. Si como efecto secundario y sin ser mi objetivo resulta que soy mejor que otro en una actividad, no hay ningún problema. No le voy a dar ninguna importancia al ser mejor ni tampoco lo voy a valorar como una «victoria», es más: voy a ayudar a la otra persona. El problema surge cuando mi meta es ser mejor que otro y fuerza una situación de derrota-victoria hablando en términos de competición (o feroz competencia). Si mi meta es hacer bien las cosas y me da igual cómo hagan las cosas los demás, entonces no es necesaria la competencia, que es justo el fundamento del mito: sin competencia los hombres no se sentirían incentivados para ser eficientes, no sentirían motivación para ocuparse bien de sus asuntos. Sin embargo, los estudios psicológicos indican que nos comportamos justo al revés. La motivación es mayor cuan-

do es interna (motivación intrínseca) que cuando proviene de fuera (motivación extrínseca), como por ejemplo en la competencia. Los mejores rendimientos no se llevan a cabo por la existencia de un competidor, sino porque la gente se fascina por algo concreto, se llena de energía, colma sus esperanzas en realizarlo y se entrega por la causa. No necesita competencia.

Si los economistas honrados realmente quisieran construir la economía de mercado con el método más eficaz que conocemos teniendo en cuenta los resultados actuales de las investigaciones científicas interdisciplinarias, deberían hacerlo sobre la cooperación estructural y la motivación intrínseca. El hecho de que no lo hagan demuestra que no se trata ni de ciencia ni de conocimientos, sino de la protección ideológica de estructuras de poder. De todos modos, a los poderosos la competencia les sirve muy bien. Si nosotros, las personas, no aprendemos a cooperar y a ser solidarios, no pondremos en tela de juicio las relaciones de poder ni las cambiaremos mediante la fuerza unida. Más bien intentaremos luchar a nuestra manera, sin piedad, trepar arriba hacia el ámbito del poder y de las élites sociales. Sin embargo, de este modo la mayoría se queda por el camino. El clima social se enrarece progresivamente porque en nuestra persecución del beneficio propio nos aprovechamos permanentemente los unos de los otros, nos utilizamos, nos degradamos. Y con esto, debilitamos o incluso destruimos la confianza social y la autoestima de la mayoría de las personas.

Las consecuencias de la búsqueda de beneficios y la competencia: las diez crisis del capitalismo

La persecución del «interés propio» (Smith) como fin supremo en competencia recíproca conduce, en contra de todo pronóstico y promesas de la teoría de la economía de mercado, hacia:

1. Concentración y abuso de poder. A causa de la obligación de crecimiento inmanente al sistema (la meta es ser más grande, más poderoso, en definitiva, un *global player*) se han creado corporaciones gigantescas que abusan del poder del mercado, cierran mercados, bloquean la innovación y devoran o expulsan del mercado a sus competidores. «Conquista de cuota de mercado», «fondos buitres», adquisiciones «hostiles», «ataques especulativos»: el lenguaje económico desenmascara de qué trata en definitiva la búsqueda del beneficio propio.
2. Interrupción de la competencia y formación de cárteles. Si todavía quedan algunos pocos, la lucha de unos contra otros puede tornarse en cooperación relámpago, entendida como táctica y no como un principio. La meta es la misma: el beneficio máximo. Si el poder permite crear cárteles y oligopolios, entonces el camino ya está perfilado en tanto que es más efectivo que la competencia. En un ámbito de competencia hay perdedores, con la cooperación ganan todos. Por este motivo cooperan asociaciones de empresas en la medida de lo posible. (Lo que es, muy a pesar suyo, una muestra fea de la supremacía de la cooperación. Fea, porque la coo-

peración en estas circunstancias no es la meta sino un medio para un falso objetivo: aprovecharse de los demás.) En el rescate de los bancos hoy en día se ha podido ver que no se trata de competencia y economía de mercado, sino de la seguridad (nacional) de beneficio y poder. Para este fin cooperan las élites económicas y políticas, dejando a un lado la competencia, que evidentemente no es la meta.

3. Localización de la competencia. Los países intentan atraer a las empresas y mejorar sistemáticamente las condiciones para obtener beneficios: *dumping* salarial, laboral, social, fiscal y medioambiental, que favorece a los grupos internacionales en detrimento de las pymes locales y a favor de atractivas ofertas especiales tales como la confidencialidad bancaria o la renuncia a supervisar y regular la banca, contempladas como «ventajas locales». Cuando el egoísmo de las empresas se extiende al Estado florece el nacionalismo en medio de la supuesta «globalización».
4. Política de precios ineficaz. Los precios a menudo no son el resultado racional de los que participan en los mercados, sino que expresan las relaciones de poder. El poder de oferta y el de demanda están repartidos de manera desigual. Por eso, los precios reflejan los intereses de los poderosos y no los costes o necesidades reales. Por ejemplo, a menudo el valioso cuidado de niños, enfermos, mayores o jardines no logra ningún precio, mientras que el cuidado de los fondos de inversión de alto riesgo (*hedge funds*) alcanza precios astronómicos, aunque su utilidad social sea negativa.

5. Polarización social y miedo. La economía de mercado es una economía de poder. Cuanto más grande —global— es la «libre competencia», más grandes son los desniveles de poder entre los participantes, y con ello, las desigualdades y la brecha entre ricos y pobres. En Estados Unidos el ejecutivo mejor pagado gana 350.000 veces el salario mínimo legal.¹⁰ Esto nada tiene que ver ni con una «política de precios racional», ni con la eficacia, ni con la justicia. Tiene que ver exclusivamente con el poder. Como consecuencia, disminuye la confianza de la sociedad y aumenta el miedo. En Estados Unidos la confianza ha disminuido de un 60 por ciento en 1960 a un 40 por ciento en 2004.¹¹ Por el contrario, el nivel de miedo en el este de Alemania ha aumentado del 24 por ciento en 1991 al 45 por ciento en los últimos años.¹²
6. No satisfacción de necesidades básicas y hambruna. La explosión de las cifras de hambruna muestra la poca disposición de la globalización capitalista de la economía de mercado para satisfacer las necesidades básicas y con ello proteger los derechos de los seres humanos. El número de personas que sufrían hambruna a mediados de los años noventa era inferior a los ochocientos millones. En 2009,

10. Elaboración propia a partir de datos del Departamento de Trabajo de Estados Unidos. El salario mínimo se incrementó el 24 de julio de 2009 a 7,25 dólares por hora (www.dol.gov/whd/minimumwage.htm). En 2010 el gestor de *hedge funds* mejor pagado, John Paulson, ganó 5.000 millones de dólares: *The Wall Street Journal*, 28 de enero de 2011.

11. Wilkinson/Pickett, 68 y ss.

12. Índice alemán de pánico elaborado por R+V Versicherung.

según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la cifra ascendía a 1.023 millones, después la cifra vuelve a caer a 843 millones en 2011-2013.¹³ La satisfacción de las necesidades básicas no es la meta del capitalismo, sí lo es aumentar el capital. En muchos casos esto conduce a que las necesidades básicas de quienes carecen de poder adquisitivo simplemente no se atiendan (alimentación, suministro de medicinas, vivienda o educación). Y para quienes tienen poder adquisitivo, y las necesidades básicas cubiertas, se inventan nuevas necesidades (por ejemplo, comida adictiva, Gameboys, cirugía plástica o todoterrenos para la ciudad). En el capitalismo, creatividad e inversión están sistemáticamente mal encauzadas.

7. Destrucción ecológica. Como el capitalismo tiene como meta suprema la ampliación de capital financiero (y no el bien común), el resto de los objetivos, como la protección del medio ambiente, bajan de posición en su lista de prioridades. La ONU en su *Millennium Synthesis Report* establece que entre 1950 y 2000 ha empeorado la salud de casi todos los ecosistemas del planeta (mares, prados, ríos, montañas, bosques). Se acercan al límite y tarde o temprano van a colapsarse. Los efectos vitales de estos ecosistemas para las personas están en peligro: la estabilidad del clima, la regulación de la humedad y de la temperatura, el control de

13. www.fao.org/news/story/en/item/45210/icode/ y <http://www.fao.org/publications/sofi/2013/en/>.

enfermedades y plagas, la fertilidad y la capacidad de absorción del suelo. Persiguiendo ciegamente el aumento del capital financiero y no el bienestar de todos, el capitalismo destruye los fundamentos vitales del ser humano y de la economía.

8. Pérdida de sentido. La acumulación de valores materiales es el objetivo del capitalismo y pronto sobrepasa lo que sería un efecto secundario razonable, satisfacer las necesidades básicas, para disparar el materialismo. Cada vez más personas son incapaces de encontrar sentido a otra cosa que no sea ganar dinero y consumir porque cada vez son más ajenas a sus deseos reales, a sus ideales. El horario laboral remunerado en la Unión Europea entre 1995 y 2005 aumentó un 8 por ciento.¹⁴ Según la reconocida Gallup, en Estados Unidos el 70 por ciento de los empleados no tiene un compromiso interno con su trabajo y no le encuentra sentido.¹⁵ Cada vez más personas se alejan de sus deseos reales e ideales hasta no encontrar otro sentido en la vida. En Viena, la mitad de los jóvenes de entre quince y veinticuatro años están en peligro de hacerse adictos al consumo.¹⁶ Esto es un «éxito» desde la perspectiva del capitalismo: la economía estadounidense invierte más de 11.000 millones de dólares en su ataque publicitario contra los niños.¹⁷

14. Jackson, 106.

15. Gallup (2013), 13.

16. Cámara Laboral de Viena, *Kaufsucht in Österreich – 2011*, estudio, 24 páginas.

17. Barber (2007a), 236.

9. Deterioro de los valores. Hoy en día, en economía ascienden especialmente las personas antisociales. Si se trata de optimizar objetivos cifrados, las personas «más capaces» de esconder el resto de los objetivos —humanos, sociales, ecológicos— son las que resultan culturalmente «seleccionadas». En la actualidad, los egoístas pueden tener especialmente éxito. Si en la economía se recompensan sistemáticamente el egoísmo y las actitudes competitivas, si se tiene por personas exitosas a aquellas que progresan a base de emplear esta dinámica de incentivos, entonces se deterioran los valores en todos los ámbitos sociales. Empezando por la política y los medios, y terminando por las relaciones entre las personas. «El carácter capitalista configura el carácter de la sociedad», enunció ya Erich Fromm.¹⁸
10. Supresión de la democracia. Si la persecución del beneficio en interés propio es el objetivo principal, entonces los implicados activamente en la economía ponen en marcha de manera consecuente toda la maquinaria posible para alcanzar esa meta. No sólo las relaciones humanas, los talentos personales o los recursos naturales son usados como instrumentos; evidentemente, también la democracia se convierte en medio. La ética del «interés propio» de Smith ya decía al respecto que el bienestar aparece —o eso se espera— como efecto secundario. La realidad, sin embargo, parece diferente. Multinacionales, bancos y fondos de in-

18. Fromm, 129.

versión se han hecho tremendamente poderosos a través de grupos de presión, la posesión de grupos mediáticos, la financiación de partidos políticos, o la influencia en parlamentos y gobiernos, para lograr maximizar sus propios intereses y no el bien común. La democracia se convierte así en la última y más prominente víctima del «mercado libre».

Ya he publicado un análisis detallado en otro trabajo.¹⁹ Por ello, es momento de correr el telón y dejar espacio en el escenario para la alternativa.

19. Felber (2006), (2008), (2009) y (2012).