

EDITORIAL

A primera vista, parecería extraño una revista de Teología y Pastoral dedicar un número monográfico a la economía de mercado. Sin embargo, siendo que esta es esencialmente una actividad humana y está estrechamente vinculada a los postulados del liberalismo, se equivocan quienes piensan que es tan sólo un asunto de economía, reservado a los expertos de la misma. Como afirma uno de nuestros expositores, "ninguna forma económica es por sí misma" y, concretamente, la economía de mercado es un lenguaje de una cosmovisión y de una concepción del ser humano, lo que justifica un abordaje, además de las ciencias económicas, por parte de la sociología, de la política y también de la moral y de la teología. Es lo que pretende este número monográfico consagrado al tema en cuestión.

Se trata, por un lado, de un tema difícil de abordar, dadas las diferentes reacciones y posturas frente al mismo y, por otro, de una cuestión de grande relevancia para la sociedad y la Iglesia en América Latina, pues las desigualdades sociales, no sólo no desaparecen de nuestros países sino que, por el contrario, aumentan vertiginosamente en varios países sometidos a los ajustes económicos y a la rápida expansión del llamado neoliberalismo.

Lo que nos motivó a editar ese número monográfico fue la constatación de que en América Latina, en la medida en que se va encontrando un mayor grado de consenso sobre los beneficios de una economía de mercado, surge como preocupación importante en el debate público su vinculación con lo social, lo político, lo ético y lo teológico.

Es innegable que la economía, como ciencia, tiene leyes que se cumplen independiente de los juicios que podamos tener sobre los resultados del ejercicio de esas leyes; que la ley de la oferta y la demanda establece criterios, relaciones de causalidad, condiciones de éxito, independiente del juicio de valor que podamos tener sobre el cumplimiento y sobre el resultado del ejercicio de esta ley, etc. Sin embargo, dado que el acto económico es un acto eminentemente humano, y el ser humano es un ser eminentemente moral, la economía no puede tener una autonomía absoluta. Pesa sobre ella una exigencia ética.

Sabemos que, históricamente, el mercado es anterior a la sociedad moderna y está asociado ya hace tiempo a la formación de las ciudades. Las relaciones de mercado convivían con las relaciones de reciprocidad propias de las comunidades. En las sociedades modernas, esta situación ha cambiado profundamente. El mercado se ha convertido en la institución social que regula las demás relaciones y ha relegado al margen o a la vida privada las relaciones de reciprocidad. Aparentemente las sociedades de mercado se caracterizan por la igualdad de todos, en la medida en que todos son compradores y vendedores y están abiertas a todos. En realidad, favorece las desigualdades: el fuerte y el débil no están en igualdad de condiciones.

El utilitarismo, principal característica de la actual economía de mercado, es una base demasiado endeble para fundamentar un sistema ético. El utilitarismo es una ciencia o disciplina de los medios, pero es esencialmente amoral, mientras no se determine la bondad de los fines. La ética requiere una filosofía de los fines y no sólo de los medios. Aunque, como Iglesia, nos cabe hacer una lectura de la economía de mercado, además del punto de vista de la economía, de la sociología y de la política, también a partir de la ética (bondad o maldad), ella sería incompleta si no recurriera igualmente a la lectura teológica (presencia o ausencia de Dios). Como cristianos es imposible no preguntarse hasta que punto esta institución social, al producir vida para una pequeña porción de naciones y ser causa de destrucción social y de muerte para las grandes mayorías de la humanidad, no niega el proyecto de Dios en la historia y no entra en conflicto directo con la utopía original de Jesús de Nazareth.

A.B.
Marzo de 1996