

Número 203 • Volumen 51

JULIO • SEPTIEMBRE 1996

REVISTA DE

FOMENTO SOCIAL

- ECONOMÍA ALTERNATIVA
- ÉTICA Y MARKETING
- DECISIONES INCORRECTAS Y PATOLÓGICAS
- LA UNIÓN MONETARIA EUROPEA
- RECENSIONES

EL RETO DE
LA POBREZA

REVISTA
de FOMENTO SOCIAL

RFS

*Revista trimestral
de Ciencias Sociales*

— *La Revista de FOMENTO SOCIAL nació en 1946 como un intento por parte de la Compañía de Jesús de promover y divulgar el conocimiento del pensamiento social cristiano y la doctrina social de la Iglesia.*

— *Desde hace muchos años, junto con esta misión, la Revista ha procurado servir de cauce de expresión de los variados temas relacionados con las ciencias sociales, enfocados a partir de los valores en juego desde la perspectiva cristiana, con especial consideración de la dimensión ética y de la promoción social necesariamente presentes, sobre todo, en el mundo socioeconómico.*

Consejo de Redacción

Ildefonso Camacho Laraña S. J.
Julio Jiménez Escobar
Alfonso Carlos Morales Gutiérrez
Adolfo Rodero Franganillo
José Juan Romero Rodríguez S. J.

Director

Alfonso Carlos Morales Gutiérrez

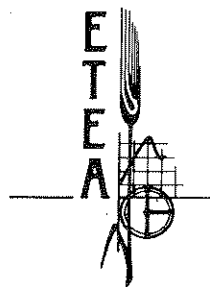
Suscripciones

M^a Carmen Haro Cáceres

Colaboradores

Gabriel M^a Pérez Alcalá
Antonio Porras Nadales
José Luis Trechera Herreros
Rafael Yušte Moyano S. J.

— *La Revista no se identifica necesariamente con las opiniones expresadas por los autores.*



**EDICIÓN, REDACCIÓN
Y ADMINISTRACIÓN
INSA-ETEA**

Escritor Castilla Aguayo, 4
Apartado de Correos, 439
14080 CÓRDOBA
Tels. (957) 29 61 33
29 63 33
29 65 33
Fax (957) 20 36 11

**PRECIOS DE SUSCRIPCIÓN
PARA 1996**

ESPAÑA

4.200 ptas. (IVA incluido)

CORREO ORDINARIO

África y Latinoamérica..... 45 \$
Resto extranjero..... 56\$

CORREO AÉREO

Europa..... 64 \$
África y América..... 73 \$
Asia y Oceanía..... 92 \$

NÚMERO SUELTO

1.200 ptas. (IVA incluido)

DEPÓSITO LEGAL:

N-1.437/1958

ISSN:

0015-6043

IMPRIME:

Gráficas Cañete, S.L.
Pol. Ind. Quiebracostillas
Tel./Fax (957) 67 09 66
14850 BAENA (Córdoba)

REVISTA DE FOMENTO SOCIAL

Nº 203 - VOLUMEN 51

JULIO-SEPTIEMBRE 1996



EDITORIAL

- El reto de la pobreza 297

ESTUDIOS

- Economía alternativa en el sistema capitalista, por *Ildefonso CAMACHO LARAÑA, S.J.* 319
- Ética y marketing: aspectos conflictivos, por *Alfonso Carlos MORALES GUTIÉRREZ* 341
- Decisiones individuales incorrectas y patológicas, por *Blas LARA y David PLACCI* 367

NOTA

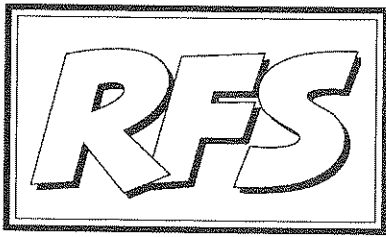
- La unión monetaria europea: planteamientos teóricos y aspectos prácticos, por *Adolfo RODERO FRANGANILLO* 389

BIBLIOGRAFÍA

- Recensiones 403
- Reseñas 411

SUMARIO





Revista de Fomento Social, 51 (1996), 297-318

El reto de la pobreza

Consejo de Redacción

1. Actualidad del tema

El año 1996 fue declarado por la Asamblea General de las Naciones Unidas Año Internacional para la erradicación de la pobreza; algo tan urgente como utópico: ¡parece poco tiempo un año para erradicar la pobreza en el mundo! La Asamblea General de las Naciones Unidas lanzaba el siguiente mensaje al mundo:

«Invita a todos los Estados, las organizaciones del sistema de las Naciones Unidas y las organizaciones intergubernamentales y nacionales interesadas, incluidas las organizaciones no gubernamentales, a que colaboren todo lo posible en los preparativos y la observancia del Año.

Invita a todos los países a que pongan en marcha estrategias y programas nacionales para erradicar la pobreza que, entre otras cosas, incorporen una participación equitativa del hombre y de la

mujer, tengan en cuenta particularidades culturales, religiosas y sociales, y entrañen una participación más efectiva de las comunidades beneficiarias, así como de los grupos más vulnerables, en la concepción, la ejecución, las actividades complementarias y la evaluación de proyectos concretos...».

Esta ocasión nos da pie a sumarnos a esta corriente de preocupaciones. Se trata también, en último término, de cumplir los compromisos de la declaración final de la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Social de Copenhague:

«Nos reunimos aquí para contraer el compromiso, junto a nuestros gobiernos y naciones, de promover el desarrollo social en todo el mundo para que todos los hombres y mujeres, particularmente los que viven en la pobreza, puedan ejercer sus derechos, utilizar los recursos y compartir las responsabilidades que les permitan llevar vidas satisfactorias y contribuir al bienestar de sus familias, de sus comunidades y de la humanidad...» (1).

Pero además, cuando este número de la revista llegue a nuestros lectores habrá tenido lugar el Congreso Nacional sobre «Los desafíos de la pobreza a la acción evangelizadora de la Iglesia». Se trata de una iniciativa aprobada por la Asamblea Plenaria de la Conferencia Episcopal Española en 1993 (2) con el objeto de animar y renovar la acción pastoral de la Iglesia frente a la pobreza. El congreso ha sido preparado concienzudamente, partiendo de excelentes materiales de trabajo (3) elaborados con la participación especial de la Comisión Episcopal de Pastoral Social,

(1) NACIONES UNIDAS (ONU) (1995). *Declaración y programa de acción de la Cumbre mundial sobre desarrollo social*. Copenhague, marzo. Remitimos a nuestros lectores a nuestro editorial del nº 199: «De Cumbre en Cumbre».

(2) En la LX asamblea de 15-20 de noviembre de 1993 los obispos españoles publicaron un documento titulado «La caridad en la vida de la Iglesia» que contenía una serie de propuestas para la acción pastoral.

(3) CONGRESO NACIONAL. *Los desafíos de la pobreza a la acción evangelizadora de la Iglesia*. Ed. Comisión Episcopal de la Pastoral Social.

Cáritas española, CONFER, FERS, Asociaciones Vicencianas y la Comisión nacional Mixta de Pastoral de la Caridad. Esos materiales han sido objeto de estudio, debate y aplicación en muchos ámbitos de la Iglesia española.

El título de nuestro artículo editorial se inspira precisamente en el de los documentos básicos de preparación de dicho congreso: «La pobreza, un reto a la sociedad» y «La pobreza, un reto a la evangelización». Nuestro comentario no pretende, ni mucho menos, ser un estudio más sobre la pobreza: los hay, y muy buenos. Sólo deseamos hacernos eco de estos recordatorios, y contribuir con estas sencillas reflexiones a los esfuerzos que acá y allá se hacen para concienciarnos a todos en la lucha contra la pobreza.

Por desgracia, el tema de la pobreza está de plena actualidad por razones mucho menos coyunturales que las dos aludidas al comienzo de nuestro comentario editorial. La pobreza es un reto hoy para todos por la sencilla razón de que el número de los pobres es muy elevado y que la gravedad de los problemas que les afectan es abrumadora.

2. Los pobres del mundo son muchos

En un texto evangélico muy comentado, cuando la mujer arrepentida lavó con perfume caro los pies de Jesús, ante la crítica de despilfarro de sus amigos, el maestro comentó: «Dejadla en paz... A los pobres los tenéis siempre con vosotros y podréis hacerles bien cuando queráis» (4). Prescindiendo de otras consideraciones, bien puede decirse que esa profecía se cumple de manera ejemplar, excesiva, en nuestros días. A escala mundial, al menos en términos relativos, nunca hubo tantos pobres como en nuestro tiempo. Es cierto que ha habido épocas en siglos pasados, en que, incluso en las zonas más «adelantadas» del planeta, la mayor parte de la población vivía en condiciones objetivas de penuria material; más aún, las condiciones materiales de vida de los que se consideraban ricos y poderosos eran, en términos absolutos, muy sobrias. Seguramente tendrían mucho poder, y en términos relativos serían mucho más ricos que

(4) Evangelio de Marcos, capítulo 14, versículo 7.

sus súbditos, pero en cuanto a comodidades y recursos materiales de todo tipo, los Reyes Católicos o el mismo Felipe II, vivían por debajo del nivel de vida de un ciudadano medio europeo actual. Sin embargo, la desigualdad en niveles de consumo material y de vida de aquellas épocas era muy inferior a la actual; y, en consecuencia, los niveles de lo que podríamos llamar «pobreza subjetiva» o relativa, eran inferiores a los actuales y desde luego ésta afectaba a una cantidad incomparablemente menor de población.

La pobreza admite muchas definiciones, y su consideración puede ser absoluta u objetiva (pobre es el que no llega a los niveles elementales de ingreso para satisfacer las necesidades básicas) o relativa o subjetiva (pobre es, por ejemplo, el que se siente tal, o el que está por debajo de la mitad de la media de su país, región etc.). Según las estadísticas del Banco Mundial (BM), en 1990 se sitúan por debajo del umbral de pobreza severa, es decir, son extremadamente pobres, más de 600 millones de habitantes, mientras que más de 1.100 millones de habitantes de la tierra se encuentran por debajo del umbral de la pobreza, establecido en 420\$ anuales.

Frente a un frecuente error homogeneizador, al contemplar el mapa mundial de la pobreza por grandes continentes y regiones, se observa que las diferencias en los niveles de renta per cápita, incluso entre los pobres, son considerables. Según los datos del Banco Mundial, para el final del presente decenio, alrededor de la mitad de los pobres del mundo vivirá en Asia y una cuarta parte en África al sur del Sahara. África es con mucho el continente peor situado, seguido por Asia del Sur y América Latina. Por hablar de países concretos, por ejemplo, de los 10 países peor situados en esta clasificación del Banco Mundial en su publicación de 1995, nueve pertenecen al África subsahariana.

Pero la medición de la pobreza puede hoy hacerse con indicadores bastante menos groseros que el de la renta per cápita (aunque se utilicen cifras con equivalente poder adquisitivo, o paridad de poder de compra) que acabamos de citar. Nuestros lectores seguramente conocen los excelentes y muy citados «Informes sobre Desarrollo Humano» publicados por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo; en estos informes anuales el citado organismo especializado de la ONU realiza un ranking de todos los países del mundo utilizando un indicador que incluye, además

del nivel de renta per cápita, indicadores de salud y esperanza de vida y nivel de educación. Es decir, se trata de un indicador que intenta cuantificar un criterio de desarrollo no meramente económico, y que tiene en cuenta variables importantes de calidad de vida.

También según este indicador de los 10 países con menor nivel de desarrollo humano, nueve son africanos: Angola, Burundi, Mozambique, Etiopía, Burkina Faso, Mali, Somalia, Sierra Leona, y Níger; uno es asiático: Afganistán. Se observa que, aunque no haya coincidencia total con los datos del BM, sí que se repite la concentración de la pobreza extrema o del bajo desarrollo humano en el continente africano.

3. Pero, aquí también hay pobres...

Cuando se habla de los pobres, utilizando un enfoque global, planetario, e insistiendo además en la necesidad de la ayuda solidaria hacia los países empobrecidos, surge con frecuencia una reacción legítima y lógica: aquí también hay pobres. Efectivamente, según los criterios estadísticos de la Unión europea, que utilizan un indicador relativo de pobreza, se consideran pobres los habitantes de un país cuya renta per cápita sea inferior a la mitad de la renta per cápita media. En España, según los resultados del V Informe sociológico sobre la situación social de España - FOESSA '93, una quinta parte de la población estaría por debajo del umbral de la pobreza, es decir alrededor de 7.950.000 personas. En pobreza severa -es decir, por debajo de la mitad del umbral de la pobreza- se encontraría alrededor de un millón y medio de personas.

Por tanto, es cierto que «aquí también hay pobres». Es cierto, también, que este concepto de pobreza hace referencia a una serie de necesidades que no todas son vitales para la subsistencia: uno es pobre comparado con su vecino o con la población de su entorno, y sufre por no poder alcanzar sus niveles de vida. Naturalmente, los umbrales serían más altos y elevarían el contingente de pobres si la comparación se hiciera con la renta per cápita media de la Europa comunitaria.

Ciertamente, no hay punto de comparación entre la situación de penuria de un pobre español (no nos referimos ahora al colectivo más reducido de los mendigos y marginados extremos) y la de un habitante pobre de los

países antes mencionados. En nuestros países desarrollados, cuando nos referimos a la población pobre (por ejemplo, desempleados del medio rural y sus familias) no ignoramos que hablamos de personas que tienen la inmensa mayoría de las veces algún subsidio, y que poseen una vivienda digna, agua corriente y luz, alcantarillado, servicios de salud y educativos de nivel relativamente satisfactorio, transportes públicos a su alcance etc... Todos ellos bienes materiales y servicios que no están ni de lejos al alcance de la inmensa mayoría de los pobres de los países empobrecidos.

4. Una primera aproximación a las explicaciones de la pobreza

Comencemos enumerando algunas de las explicaciones de la pobreza en la actualidad, sin entrar en grandes análisis ni siquiera pretender jerarquizarlas por orden de influencia, ya que su incidencia varía mucho según las regiones.

A) El paro y la falta de horizontes laborales

Aunque el desempleo no es un fenómeno exclusivo de esta época, lo que lo diferencia del pasado es que antes los pobres eran los trabajadores de determinados niveles laborales, mientras que hoy los pobres son, principalmente, los que no trabajan. En otras épocas, los ricos y las clases acomodadas, con frecuencia, no trabajaban, por el contrario, en la actualidad la riqueza coincide con algunos trabajos de alto nivel.

B) El consumo de drogas

Existe una correlación entre las drogas y la pobreza. Los consumidores de droga caen con frecuencia en la miseria, la mendicidad y el delito; pero también los ambientes más pobres y marginados pueden ser, por su falta de horizontes de todo tipo, el semillero de drogadictos; el SIDA y otras enfermedades, frecuentes entre los consumidores de drogas, refuerzan la marginación y la pobreza.

C) Las guerras y los conflictos bélicos

Los enfrentamientos entre países y sobre todo entre diferentes etnias y grupos dentro de un mismo país se producen precisamente en las zonas más

pobres y atrasadas, provocando desplazamientos de poblaciones enteras que quedan por debajo de los niveles de pobreza, determinando graves situaciones de hambre e incluso la muerte de los elementos más débiles de la población.

D) Catástrofes naturales

Terremotos, inundaciones, sequías, son fenómenos naturales que, cuando afectan a los países en desarrollo, dan lugar a situaciones de emergencia que provocan el empobrecimiento y el hambre de grandes contingentes de población.

E) La marginación social

Existen ciertos grupos sociales marginados -inmigrantes, gitanos y, en cierto modo, los ancianos- que presentan niveles de pobreza más intensos que los grupos que pudiéramos llamar normales. La creación de guetos para algunos de estos grupos contribuye a la generalización de las condiciones de pobreza y a los sentimientos de frustración.

Cabría todavía citar otras explicaciones de la pobreza: la falta de cultura de amplias capas de la población, la corrupción y la acumulación de riqueza de las élites de los países atrasados, la autoexclusión de ciertos grupos étnicos etc. Son también razones que explican la pobreza en muchos casos.

5. La causa última de la pobreza

La enumeración que precede permite reconocer que la pobreza afecta a grupos especialmente vulnerables. ¿O es que las catástrofes naturales, que escapan en principio a la voluntad humana, tienen los mismos efectos en los distintos países? No es lo mismo un tornado en Miami que en Nicaragua; ni producen los mismos efectos las lluvias torrenciales en el centro de Caracas que en los ranchos de la periferia... Luego la pobreza afecta con mayor dureza a los colectivos más indefensos ante ella, a quienes están en condiciones de mayor vulnerabilidad.

Cabe todavía preguntar si existe una causa última de la pobreza. Sin caer

en la demagogia, se puede afirmar que -al margen de casos particulares- la pobreza existe porque el sistema socio-económico crea, de forma espontánea, la desigualdad. Sin negar lo positivo de una sociedad basada en la libertad como valor supremo, es preciso reconocer también que el ejercicio de la libertad conduce inevitablemente a la desigualdad, porque es casi imposible que todos tengan, y mantengan, el mismo grado de libertad. Porque la libertad se posee, no de modo absoluto (se tiene o no se tiene), sino en forma relativa: disponemos de diferentes cotas de libertad, unos tenemos más y otros menos. Y si la libertad tiende a redistribuirse desigualmente, las posibilidades de cada uno para valerse por sí mismo, para defenderse y atender a sus necesidades, tampoco están igualmente repartidas. El paro -por hablar de un fenómeno que nos es tan familiar- es un buen ejemplo de lo que decimos: sin trabajo es difícil acceder a los recursos de la sociedad, pero la libertad de trabajar no está al alcance de todos.

Ya dijimos que la pobreza es un fenómeno relativo. La pobreza en nuestro mundo desarrollado tiene características muy distintas a la de los países atrasados, aunque no menos dramáticas. Pero, tanto en un sitio como en el otro, tiene mucho que ver con la lógica del sistema capitalista. Y en esta lógica hay que incluir no sólo los mecanismos económicos, sino también el conjunto de valores dominantes. Porque la sociedad del consumismo y las pautas de conducta impuestas por la publicidad y la propaganda -factores consustanciales a la economía de finales del siglo XX- agravan los sentimientos de frustración de las personas más pobres, dando un carácter más trágico a la pobreza actual.

Más aún, en este sistema que genera desigualdad no hay voluntad para atenuar estas tendencias espontáneas de la dinámica social. No se trata ahora de volver a una sociedad tutelada y sin libertades, sino de contrarrestar los efectos socialmente negativos de esa libertad, que es beneficiosa por tantos otros conceptos. En el fondo, estamos aquí nuevamente en el debate sobre el mercado. Y no es el momento de entrar en él con detalle. Pero sí conviene insistir, también desde esta perspectiva, en la importancia del mismo (5).

(5) Véase nuestro editorial «Crisis y futuro del Estado de bienestar». *Revista de Fomento Social*, nº 198, abril-junio 1995, pp. 149-169.

6. Los círculos viciosos de la pobreza

Se suele hacer la consideración de que la pobreza de los países empobrecidos va acompañada de una desigual distribución de la renta. Pero no es raro olvidar que una mala distribución de la renta es, a su vez, causa de la propia pobreza.

Como destaca Michael Todaro, un clásico del estudio del desarrollo económico del Tercer Mundo (6), pobreza y mala distribución de la renta suelen ir indisolublemente unidas. Los datos empíricos y unos sencillos análisis macroeconómicos demuestran que, en un país pobre considerado en su conjunto, una distribución de la renta muy desigual significa que los pocos individuos ricos de ese país (que detectan la mayor parte de la renta) dictan de hecho las pautas de la producción, pues sus preferencias y su demanda tienen más fuerza en el mercado de bienes que las de los individuos pobres. Así, pues, para un nivel bajo dado de PNB y renta per cápita, cuanto más desigual sea la distribución de la renta, más elevada será la proporción de la demanda agregada y de la producción que estará influida por las preferencias de consumo de los ricos. Su preponderante poder de compra sesga la producción y las importaciones hacia los productos industriales de lujo, frecuentemente de importación, aun cuando la mayor parte de la población se encuentre en un nivel cercano al de subsistencia.

En realidad lo que se está poniendo aquí de relieve es algo que la teoría económica a veces disimula cuando habla de la soberanía del consumidor: que el consumidor es soberano, sí, pero con tal que tenga capacidad de compra, porque en el mercado no «mandan» las necesidades de la población, sino los recursos económicos que acompañan a estas necesidades (es decir, la demanda solvente, y sólo ella). Si la renta estuviese distribuida de forma más equitativa, las pautas de la demanda estarían más encaminadas hacia la producción de alimentos y otros bienes necesarios. Esto ayudaría a eliminar la pobreza rural y elevaría los niveles de vida de segmentos más amplios de la población.

(6) M.P. TODARO (1988), *El desarrollo económico del Tercer Mundo*. Alianza Universidad Textos (1ª edición inglesa 1985). Cfr. especialmente pp. 177 y ss.

Algunos corolarios de las anteriores consideraciones serían los siguientes: una renta per cápita nacional elevada no garantiza por sí misma que el número de personas absolutamente pobres sea bajo; el crecimiento económico por sí solo, si no va acompañado por una real mejora en la distribución de la renta, no es solución al problema de la pobreza; las políticas directas tendentes a mejorar la distribución de la renta son en sí mismas una de las principales armas de lucha contra la pobreza. Y téngase en cuenta que todas estas consideraciones no se hacen en el vacío: según la famosa revista Forbes, ¡menos de 500 multimillonarios, los más ricos del mundo, tienen unos ingresos equivalentes al 45% de la población mundial, es decir, de unos 2.400 millones de personas!

*Pero el único círculo vicioso de la pobreza no es el que liga a ésta con la distribución de la renta. Hay otro más global porque desborda el enfoque preferentemente económico en que se mueve éste último. Nos referimos al **círculo vicioso de pobreza y marginación**. Ser pobre no es sólo carecer de medios económicos: es, además, vivir al margen de la sociedad, excluido de ella. Esta exclusión se manifiesta en el hecho de no tener acceso a los recursos de que la sociedad dispone, y que, en nuestro mundo desarrollado, son abundantes. No es que no se tiene derecho a llegar a ellos: más dramáticamente, es que se carece de las habilidades para acceder. Es una exclusión de hecho, más que de derecho. Por decirlo mejor, con palabras de poeta:*

*Los nadie
los hijos de nadie, los dueños de nada.
Los nadie:
los ningunos, los ninguneados,
corriendo las liebres, muriendo la vida,
jodidos, rejodidos:
Que no son, aunque sean,
Que no hablan idiomas, sino dialectos.
Que no profesan religiones, sino supersticiones.
Que no hacen arte, sino artesanía.
Que no practican cultura, sino folklore.
Que no son seres humanos, sino recursos humanos.*

*Que no tienen cara, sino brazos.
 Que no tienen nombre, sino número.
 Que no figuran en la historia universal,
 sino en las páginas rojas de la prensa local.
 Los nadies, que cuestan menos que la bala que los mata.*

Eduardo Galeano (7)

Este círculo vicioso es tan riguroso que la pobreza termina identificándose hoy, en no pocos estudios sociales, con la marginación o con la exclusión. Pero esta identificación, que revela el verdadero alcance de la pobreza en nuestro mundo de opulencia, no debe ocultar el carácter dinámico de este fenómeno: si la pobreza conduce a la marginación, la marginación es el caldo de cultivo más adecuado para que la pobreza se perpetúe.

7. Las dimensiones culturales de la pobreza

*La vinculación estrecha de la pobreza con la marginación permite hablar de una verdadera **cultura de la pobreza**, entendiendo por tal una cierta forma de vivir y de situarse ante la sociedad, incluso un conjunto de valores compartidos por los que se encuentran en esa situación. Esto introduce una nueva dificultad en la lucha contra ella, ya que esa cultura ofrece no pocas resistencias para ser eliminada.*

*Pero la dimensión cultural de la pobreza tiene otros aspectos que fácilmente se confunden entre sí. Ante todo, hay que hablar de una **cultura moderna**, que podríamos caracterizar como la cultura dominante. Ella es la que ha hecho posible, en gran parte, el desarrollo económico contemporáneo, aunque sea al precio de grandes desigualdades e injusticias. Es evidente que no todo lo occidental es malo, ni todos los avances técnicos son negativos; pero la tendencia a canonizar e imponer (con un cierto neoimperialismo cultural) cuanto en el mercado tiene un valor y cuanto en determinados ámbitos culturales es apreciado es una parte esencial del problema del subdesarrollo. El diálogo con la cultura moderna tendrá que*

(7) E. GALEANO (1989), «Los nadies». *El libro de los abrazos*. Ed. Alianza, Madrid.

ser crítico, ante el hecho innegable de que, en el banquete de la humanidad, la mayoría se encuentra excluida. Esta presencia en el mundo de la llamada «modernidad» es una tarea ingente y, si cabe, más difícil de llevar a cabo que la lucha por la defensa directa de los intereses de los pobres y los excluidos.

Es más, el cambio social no puede ya pensarse sólo en términos de transformación de las estructuras sociopolíticas y económicas, puesto que éstas tienen sus raíces en valores y actitudes socioculturales. Es preciso, también trabajar en la transformación de los valores culturales que en muchos lugares sostienen un orden social represivo e injusto. Frente a planteamientos excesivamente unidimensionales de índole política o económica, hoy podemos reconocer que los fracasos de algunas revoluciones -o la misma falta de resultados de los modelos de socialismo real- tienen mucho que ver (entre otros factores) con formas de pensar y de vivir que han interiorizado la dependencia, la dominación y la falta de espíritu de lucha y de capacidad de innovación y de creatividad.

Pero esta cultura dominante coexiste con otras culturas particulares, que el modelo de desarrollo impuesto desde Occidente amenaza con arrasar. ¿Es posible un desarrollo que respete esas culturas autóctonas, patrimonio inestimable de otros tantos pueblos? Indudablemente debe aumentar la conciencia y el respeto de la diversidad cultural: «la emergencia de lo diferente». Una parte importante del desarrollo de los pueblos es el crecimiento de su autoestima; considerar los propios valores culturales, la lengua, el folclore, las costumbres o el arte, como auténticas riquezas, y no «venderse» a la invasión inmisericorde de las pautas culturales del paradigma dominante es una componente ineludible del auténtico desarrollo.

Pero tampoco pueden ignorarse las limitaciones y deficiencias de estas culturas. Y no estará de más un diálogo también crítico con ellas. Porque muchas de las injusticias que marcan el mundo de hoy no son sólo de orden socio-económico o socio-político, sino que también y sobre todo de orden socio-cultural y socio-religioso. Cada vez vemos con más claridad que muchos problemas contemporáneos de extrema gravedad sólo pueden entenderse desde rasgos más que problemáticos de esas culturas: piénsese en: la crisis yugoslava, en el fundamentalismo islámico, en los conflictos

raciales en Africa o en el contencioso árabe-israelí. Todos ellos tienen sin duda importantes componentes económicas y políticas, pero nunca serán adecuadamente resueltos si no se atacan sus profundas raíces culturales. Por tanto, siempre habrá que dialogar críticamente con aspectos inaceptables de esas culturas, que la cultura dominante tiende a eliminar. No todos los valores culturales de los pobres son compatibles con su propio desarrollo, aunque eso no signifique que tengan que copiar miméticamente a los países llamados avanzados.

8. Actitudes positivas ante la pobreza: cuatro etapas

*No entramos siquiera a considerar aquí la actitud que consiste en la indiferencia o la insolidaridad, o simplemente en «mirar para otro lado» ante la dimensión y la dificultad del problema.. Para ello no merece la pena siquiera escribir un artículo editorial... Simplificando en una tipología que ayude a reflexionar y a ubicarse a cada uno, y siguiendo a **Albert Nolan** (8), podemos hablar de 4 etapas en la preocupación por la pobreza y por los pobres y en el deseo de ayudar a paliar la pobreza:*

* La primera etapa se caracteriza por la «compasión»

Todos hemos experimentado una emoción personal al ver o al oír hablar del sufrimiento de los pobres. Es el punto de partida. Cuanto más nos exponemos al sufrimiento de los pobres, más profunda y durable se hace en nosotros la compasión. Nada puede sustituir al contacto directo con el sufrimiento y el hambre, al ver a la gente expuesta al frío y la lluvia tras el derribo de sus casas, sentir la sensación intolerable de un barrio de chabolas, ver los vientres de los niños que sufren desnutrición.

Esta compasión creciente conduce a una acción de dos tipos. El primero consiste en eso que normalmente se llama «acción asistencial»: recogida de alimentos, mantas, vestidos... El segundo tipo consiste en simplificar nuestro estilo de vida, renunciando a todo lo superfluo y dando a los pobres parte de nuestro dinero.

(8) A. NOLAN (1991), *Opción por los pobres y crecimiento espiritual*, en: J.M. VIGIL (Ed), *La opción por los pobres*, Sal Terrae, Santander, pp. 89-98.

* La segunda etapa consiste en el descubrimiento del problema estructural de la pobreza

Descubrimos que la pobreza no es un simple asunto de mala suerte, de desaprovechamiento de oportunidades, fruto de la pereza o la ignorancia o simplemente de la falta de desarrollo o de cultura. Algo inevitable. La pobreza es el resultado directo de estructuras políticas y económicas. No es un accidente, sino una consecuencia. Está producida por determinados sistemas y determinadas políticas. La pobreza entonces es una cuestión de justicia e injusticia. Los pobres sufren y son oprimidos por una terrible injusticia. La avaricia de los ricos es la causa del sufrimiento de los pobres.

Ante este problema estructural surge la indignación y la cólera, contra todo y todos los que producen pobreza y sufrimiento. En esta etapa debe cambiar nuestra actividad. Conocer el mal estructural nos debe mover a cambiar la sociedad. La acción asistencial mira más a los síntomas que a las causas. Pero ahora se trata más de prevenir que de curar. Queremos cambiar las estructuras y no sólo ayudar a la gente que sufre las consecuencias del sistema injusto.

Esta nueva conciencia puede dar lugar a una extraordinaria actividad, aunque algunos experimentan una paralización. ¿Qué hacer contra un sistema? ¿No es una guerra inútil? ¡Siempre habrá pobres! En lo profundo de la persona se produce una lucha interna.

* La tercera etapa viene marcada por el convencimiento de que los pobres deben salvarse ellos mismos

Habrá que moverse y ayudarles, pero tendemos siempre a tratar a los pobres como personas incapaces. Y nos produce una especie de «shock» cuando descubrimos que ellos saben mejor que nosotros qué hacer y cómo hacerlo. Y yo tengo que aprenderlo, tengo que salvarme gracias a su sabiduría. Yo necesito algo que sólo ellos pueden darme.

La tentación en esta tercera etapa es el romanticismo. Es tentador hablar de la maravilla de la clase obrera o de los pobres. Tendemos a ponerlos en un pedestal. Si alguien pobre dice algo, debe ser infaliblemente cierto, si alguien viene del Tercer Mundo, hay que recibirlo como lo mejor. Si los pobres hacen algo, es lo que hay que hacer... Ese romanticismo nos

puede llevar a una crisis de desilusión, porque nos pueden defraudar y no realizar esa imagen heroica que nos habíamos formado de ellos. Algo falla, porque hemos entendido mal. No hemos entendido bien el problema estructural. Los pobres, en sí mismos, no son diferentes de cualquier otro ser humano: tienen sus problemas y defectos.

* La cuarta etapa podría definirse como la de solidaridad real con los pobres oprimidos

Esta etapa comienza con la desilusión y decepción que experimentamos al descubrir que los pobres no son lo que románticamente pensábamos de ellos. Son muchas veces egoístas, despilfarran su dinero, son irresponsables, tienen aspiraciones de ricos, se dejan influir por la propaganda, no siempre están en la lucha social y política...

A pesar de todo se van a salvar por sí mismos, debemos aprender de ellos, sólo ellos efectuarán el cambio social. Es cuestión de pasar del romanticismo ingenuo al realismo honrado y auténtico, y así entrar en la cuarta etapa de solidaridad real.

Esta solidaridad comienza cuando desaparece la cuestión del «nosotros» y el «ellos», cuando cerramos la fosa profunda que nos separa y descubrimos que todos tenemos defectos e inconsecuencias, que no vivimos como pensamos (9). Además, cada uno tiene sus cualidades, sus responsabilidades. Somos conscientes de nuestras diferencias reales. Pero solidaridad significa que todos hemos elegido estar del mismo lado, contra la opresión. Podemos trabajar y luchar juntos contra nuestro enemigo común, las políticas y sistemas injustos, sin considerarnos nunca unos a otros inferiores o superiores, respetándonos mutuamente.

Estos cuatro niveles descritos no son rígidos ni matemáticos. Se podrán entremezclar y exigirán vivir en proceso continuo. Pensamos que su descripción es útil para ayudar a ubicarnos existencialmente en nuestra lucha individual o colectiva contra la pobreza.

(9) Aquí viene bien recordar el verso de Loidi: *Nadie libera a nadie, pero nadie se libera solo, que los hombres y mujeres nos salvamos todos juntos.*

9. Algunas iniciativas para la erradicación de la pobreza

Hay que reconocer que son muchas las iniciativas que hoy se acometen de lucha contra la pobreza, y que son muchos los agentes involucrados en ella. Presentamos a continuación algunas de estas iniciativas, que encontramos en nuestro entorno, porque las consideramos de especial interés.

A) Las ayudas de emergencia

Comenzamos por lo más coyuntural. Los envíos de alimentos y otros bienes de primera necesidad, así como las aportaciones para la reconstrucción de regiones o países que han sufrido catástrofes o guerras, han cumplido en general su objetivo de salir al paso de situaciones de extrema urgencia. Son expresión de una cierta solidaridad mundial, marcada por el impacto de esas situaciones, en las que participan, no sólo los gobiernos, sino muchas veces instituciones de todo tipo y personas particulares. Desgraciadamente, sin embargo, no se han librado de algunos abusos y corrupciones, en los países donantes y, con más frecuencia, en los receptores.

B) La ayuda al desarrollo

Se trata de una contribución más sistemática y básicamente protagonizada, o al menos coordinada por los gobiernos. En sus comienzos tuvieron elevadas dosis de buena voluntad; con el paso del tiempo han evolucionado, dando un mayor peso en su concesión a los criterios políticos y, lo que es peor, condicionando las ayudas a los intereses de las industrias exportadoras. La ayuda multilateral que, con frecuencia, se ha valorado como una solución a estos defectos, ha ido perdiendo importancia en la época más reciente.

C) El reparto del trabajo

Siendo el paro una de las causas principales de la pobreza, es evidente que todo lo que puede incrementar el empleo sería positivo para la erradicación de la pobreza. Una de las propuestas en este sentido es el reparto del trabajo, es decir, la reducción de las jornadas laborales, propuesta, sin embargo, que rechazan las empresas y la mayor parte de los gobiernos.

D) La educación primaria y la medicina preventiva

Si la pobreza tiene mucho de marginación y de vulnerabilidad en determinados colectivos sociales, la lucha contra ella sólo será efectiva si ataca a las causas de esa situación de inferioridad. Por eso el desarrollo humano básico es esencial para conseguir, como se ha dicho más arriba, no salvar a los pobres, sino que los pobres se salven a sí mismos.

E) La economía informal

De hecho está siendo una salida importante para grupos en extrema pobreza en muchos países del tercer mundo. No hay que pensar sólo en actividades ilegales, que es el sentido que damos generalmente en los países avanzados a la expresión «economía informal», sino a todas aquellas actividades surgidas del pueblo más pobre y marginado que les permiten, al menos en un primer momento, obtener unos recursos mínimos para sobrevivir. La importancia de estas iniciativas radica en que son un punto de partida para la organización de pequeñas comunidades locales, que toman conciencia de que sus posibilidades son mayores de lo que pensaban: por tanto, tales iniciativas están en la línea de ese «salvarse a sí mismos» ya mencionado.

*Los **agentes** que intervienen en todas estas iniciativas son variados. Acabamos de hablar de los propios interesados, que son los más decisivos. Hemos mencionado también a los gobiernos. Permitásenos mencionar todavía a otros tres, por la importancia que adquieren en estos momentos.*

*Ante todo hay que citar a las **organizaciones no gubernamentales** (ONG). Las ONG, muy diversas en objetivos y métodos, tienen un papel importante en el desarrollo de áreas atrasadas, y en menor medida, de los grupos de pobreza de los países adelantados. Entre sus campos prioritarios de actuación hay que mencionar los de la educación y la medicina preventiva, pero también están contribuyendo decisivamente a potenciar diferentes iniciativas de economía informal. Su actuación, sin embargo, tropieza con no pocos problemas, de los que cabe destacar dos: a) la limitación de recursos que reducen la posibilidad de resolver los ingentes problemas que tratan de atender; y b) el sometimiento a criterios políticos en aquellos casos, bastante abundantes, en que reciben la mayor parte de*

su financiación de los organismos públicos.

Es también destacable el papel de las **organizaciones religiosas**. Además de su labor religiosa en sentido estricto, estas organizaciones dedican gran parte de sus medios a la asistencia a los pobres, bien a través de actividades caritativas, bien mediante actuaciones semejantes a las de las ONG. La orientación en cierto modo paternalista de estas entidades se va reorientando en muchos casos hacia la ayuda al desarrollo e incluso hacia la economía alternativa.

Por último, aunque en un nivel diferente, hay que mencionar a los **organismos internacionales**. Junto con las instituciones de Bretton Woods (Fondo Monetario Internacional y Banco Mundial) que, partiendo de un concepto aceptable de ayuda al desarrollo, han evolucionado hacia un neoliberalismo extremo, otras organizaciones, por ejemplo la Unión Europea, tratan de prestar una ayuda solidaria y en algunos casos tratan de establecer unas relaciones de precios más justas, que permitan mejorar la situación de los países más pobres.

10. Algunos problemas que plantea la lucha contra la pobreza

Pero no todo se resuelve con acciones. Es preciso dejarse interpelar por esas situaciones de pobreza para clarificar desde qué presupuestos o actitudes nos acercamos a ellas y afrontamos esas acciones. Porque la pobreza es un hecho que nos afecta -o nos debería afectar- a todos, aunque no todos podamos actuar del mismo modo contra ella. Algunas de esas cuestiones son enumeradas a continuación, con la intención de que sirvan al lector como de examen de conciencia sobre sus disposiciones interiores ante uno de los temas mayores de nuestro mundo.

A) Es necesario un discernimiento claro para distinguir entre causas y efectos de la pobreza. Los efectos son claros. Son desagradables y molestos. Los pobres generalmente se aíslan socialmente en «infraclase» y geográficamente en «suburbios» y países subdesarrollados. Las causas son procesos o mecanismos que generan exclusión. ¿Tiene sitio la solidaridad en esta economía mundializada de mercado?

B) ¿Cuál debe ser la respuesta individual a un problema de tal envergadura? ¿Sólo dejarnos llevar ante la impotencia (algo comprensible, sin

duda, pero que actúa muchas veces como tranquilizante para nuestra conciencia)? Sin duda existen opciones de acción individual que no deben despreciarse: respaldo de acciones de denuncia, apoyo institucional o económico a ONG... Al menos tres consideraciones han de ser puestas a prueba con nuestra jerarquía de valores: ¿cómo contribuyo? ¿sólo económicamente?; ¿cuándo? ¿sólo esporádicamente?; ¿cuánto? ¿qué parte de mi tiempo o de mis recursos?

C) A partir de la caída del muro de Berlín, la economía de mercado se ha consagrado como única respuesta «técnica» a la asignación de recursos... ¿Hasta qué punto asumir este «dogma» conlleva la imposibilidad de erradicar la pobreza?. O de otra forma... ¿es posible pensar en erradicar la pobreza mientras se considere a la economía de mercado como única alternativa de funcionamiento del sistema económico?

D) La verdad es que la erradicación de la pobreza no constituye prioridad para ningún partido político. Mientras se relegue el problema al ámbito testimonial en las esferas nacionales y no se comience a pensar en cada país con enfoques globales, la solución, en términos de puesta en marcha, estará bastante lejana.

Existe una lógica perversa en este tema: el despilfarro de unos beneficia a los más necesitados. La fiesta o la subasta en beneficio de... es la respuesta de una sociedad desigual que a través de una minoría pretende justificar la injusticia con una preocupación «marginal y aislada» ante un problema de la mayoría. La cosa funciona como una especie de válvula de escape ante la tensión de personas que se resignan, aguantan y miran lo que otros disfrutan.

11. Hacia una cultura mundial solidaria

Nada de lo dicho en los apartados anteriores se puede considerar como «la solución» de la pobreza. Pero todo eso, y no mucho más que eso, es lo que se viene haciendo para luchar contra la pobreza. Mientras se consigue que cambien las condiciones institucionales, mediante una paciente tarea de transformación de las mentalidades y actitudes, quizás, las soluciones indicadas anteriormente y otras equivalentes pueden resolver, en ciertos casos, las situaciones de pobreza.

Por otro lado, no todo puede ser confiado a la iniciativa privada y a las ONG. Es necesaria la intervención decidida y mancomunada de los gobiernos y de los poderes económicos reales. Parece que sólo una acción internacional, coordinada por la organizaciones mundiales, sobre todo la ONU, que trate de modificar las condiciones económicas que rigen en el mundo actual, podría ser una auténtica política de lucha contra la pobreza. Esto puede ser bastante utópico, aunque es cierto que las acciones en este sentido, tales como las conferencias internacionales, aunque no constituyen una solución, contribuyen a tomar conciencia del problema y a paliarlo en parte.

Pero parece claro que no basta con las pequeñas acciones antes mencionadas; es preciso, quizás utópicamente, avanzar hacia lo que hemos llamado una cultura de la solidaridad o cultura solidaria. Algunos rasgos de esta cultura solidaria serían los siguientes (10):

1. Convencimiento de que este modelo no es viable ni puede ser generalizable. No hay posibilidad de éxito en la lucha contra la pobreza si no se acaba con el sueño del crecimiento indefinido y con la persuasión ciega de que el modo de vida y de consumo de los países del Norte o ricos pueda ser generalizable a todo el planeta. Nuestro modelo no es universalizable y, como diría Ignacio Ellacuría, por lo mismo no es ético.

2. Convencimiento de que el desarrollo es lento y difícil. Como el crecimiento de un árbol... Efectivamente el desarrollo es casi un milagro. Lo que nosotros llamamos (equivocadamente) el desarrollo, es decir, el bienestar y la prosperidad material, es lo excepcional. Para que exista desarrollo se tienen que dar una serie de circunstancias altamente improbables, por hablar en términos estadísticos, casi como ocurre para la aparición de la vida... Es el ritmo de la vida, de la gente: o el desarrollo se adapta al ritmo y a las condiciones de la gente o no es verdadero desarrollo.

3. Convencimiento de que los pobres son los protagonistas de su desarrollo. Pero además, el desarrollo no se puede importar: el convencimiento de que no hay desarrollo si éste no es endógeno implica la

(10) M. LACROIX (1995), *El humanicidio. Ensayo de una moral planetaria*. Ed. Sal Terrae, Santander.

necesidad de respetar los ritmos, asumir los plazos largos, trabajar «con» y no sólo «por y para». Como declaró significativamente en una visita a España el Ministro de Economía de la India: «El desarrollo no se puede exclusivamente importar desde fuera, aunque desde fuera se puede ayudar».

4. Reformulación de la relación hombre/naturaleza bajo un nuevo contrato natural y respeto por las generaciones futuras. Durante mucho tiempo, con una visión quizás demasiado genesiaca y poco «sapiencial» de nuestro dominio del mundo, creímos que éramos sus propietarios, cuando no éramos más que sus depositarios. Somos simples guardabosques de la naturaleza; la tierra no es una herencia de nuestros padres sino un préstamo de nuestros hijos...

5. Educación en la frugalidad, asociada a la realización personal. La nueva cultura, que hará posible una lucha contra la pobreza masiva, exige un auténtico cambio de paradigma. Como dice José M^a Mardones: «No se trata de sentir una animadversión unilateral contra lo pragmático, lo eficaz, lo utilitario, etc., sino de rechazar el predominio de todo ello y su pretensión de ser imprescindible en todo tiempo y lugar. Se trata de luchar por la recuperación equilibrada de otros aspectos de la racionalidad humana... Necesitamos individuos y comunidades donde florezca la vida sencilla, con pocas cosas, y escaso interés por tener más; ...grupos volcados hacia el otro, con un universalismo hecho de preocupación por la situación doliente de cualquier ser humano y, sobre todo, dispuestos a luchar por cambiar las causas que la provocan» (11).

Como decíamos en un anterior artículo editorial, la gravedad del fenómeno de la pobreza es tal, que cambia su «status» político y su propia dimensión social. Ya no se puede decir impunemente que las sociedades opulentas «prescindan» o que simplemente «no necesitan» a esas masas sobrantes y excluidas. Aunque les incomodan, no pueden prescindir de ellas, poco a poco les van quitando cada vez más el sueño... Los excluidos del mundo son una permanente contestación y cuestionamiento del orden establecido.

(11) J.M^a. MARDONES (1994), *Por una cultura de la solidaridad. Actitudes ante la crisis*. Cuadernos FyS, nº 26, Ed. Fe y Secularidad/Sal Terrae, pp. 41-45.

Por tanto, si los argumentos basados en la solidaridad no fueran suficientes, conviene caer en la cuenta de que estamos ante una realidad de tal gravedad que pone en cuestión el futuro mismo de la humanidad. Como dijo el Papa Juan Pablo II en 1980, en una famosa intervención en Brasil:

«Una sociedad que no es socialmente justa ni intenta serlo, está poniendo en peligro su propio futuro».



Revista de Fomento Social, 51 (1996), 319-340

Economía alternativa en el sistema capitalista

Todos los movimientos que han sido decisivos en la marcha de la humanidad comenzaron manifestándose de forma marginal y merecieron, en sus primeros momentos, una escasa atención por parte de la sociedad establecida. Pero también fueron muchos los que nacieron con grandes pretensiones, para desaparecer pronto sin haber aportado nada relevante. El movimiento llamado economía alternativa está, de momento, marcado por esta incertidumbre: no sabemos lo que dará de sí. Sin embargo, su difusión creciente y su diversificación son factores que invitan a acercarse a él desde la curiosidad y el interés. En sus análisis y realizaciones se intuye una sensibilidad inquieta y creativa frente a los problemas de la sociedad y de la economía contemporáneas tras el derrumbamiento de la alternativa colectivista y el tantas veces mencionado proceso de globalización económica (1).

————— Ildefonso CAMACHO LARAÑA S.J. (*) —————

(*) Profesor de la Facultad de Teología de Granada y de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales - ETEA, de la Universidad de Córdoba.

(1) Una primera redacción de este trabajo fue presentado como una comunicación en la Cuarta

ESTUDIOS

I. Qué es la economía alternativa

Durante varias décadas el gran debate económico permanente tenía por objeto los dos sistemas alternativos: capitalismo vs. socialismo, mercado vs. plan. El fracaso del colectivismo (como la modalidad de socialismo que más lejos había llegado en sus pretensiones) ha puesto fin a ese debate, aunque de ahí no pueda seguirse que la historia ha llegado a su fin, como pretendiera Fukuyama. Para éste, la historia de la humanidad se ha caracterizado siempre por el conflicto como consecuencia de las contradicciones existentes. Pero la revolución liberal ha traído un modelo en que todas las anteriores contradicciones han quedado resueltas y todas las necesidades humanas potencialmente satisfechas: este modelo consiste en «una democracia liberal en la esfera política, combinada con un fácil acceso a los vídeos y cadenas estereo en la esfera económica». Sus dos grandes amenazas fueron el fascismo y el comunismo. Hoy ambos han sucumbido. Hemos llegado al *final de la historia*, en cuanto que el modelo teórico capaz de resolver todas las contradicciones históricas existe, está consolidado y no tiene alternativas dignas de crédito: eso no quiere decir que todas las sociedades sean ya de hecho sociedades liberales plenamente constituidas; lo que ya no existirán son modelos con pretensiones ideológicas de representar formas radicalmente distintas y superiores de la sociedad humana (2).

Es cierto que, en el contexto nuevo de hoy, ya no se habla de alternativas globales. El capitalismo aparece como el único sistema mundial: no existe otro, al menos para las economías avanzadas; y además tiende a regular toda la economía internacional. Pero ello no obsta para que hablemos de diferentes

Conferencia Anual de *Ética, Economía y Dirección* (Madrid, abril 1996). Su elaboración no hubiera sido posible sin la información y documentación que me suministró Pedro Caldentey del Pozo (Prof. de Estructura y Política Económica de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales - ETEA de Córdoba).

(2) Sus ideas fueron expuestas por primera vez en un artículo publicado en «The National Interest» en el verano de 1989, cuando el muro de Berlín estaba a punto de caer. Dicho artículo fue reproducido como *¿El fin de la historia?* en la revista «Claves» n. 1 (abril 1990) 85-96. Fruto de la polémica levantada por este texto fue su libro posterior *El fin de la historia y el último hombre*, Planeta, Barcelona 1992.

modelos de capitalismo (3). Y es aquí donde hay que situar a la *economía alternativa* (4).

1. Un primer intento de delimitación de la economía alternativa

La *economía alternativa* surge en este contexto, con una actitud crítica hacia el capitalismo, pero ejercida desde dentro de él y aceptándolo, por consiguiente, como punto de partida inevitable. Ahora bien, esta aceptación, lejos de ser acrítica, busca pequeñas realizaciones que descubran una vía nueva de entender la actividad económica. Es una alternativa desde dentro, ajena a los grandes debates ideológicos, marcada por el interés por lo concreto y por las pequeñas realizaciones.

Con estas apreciaciones podemos adelantar una primera delimitación de lo que es la economía alternativa. *En sentido amplio*, podemos incluir en ella todo movimiento que implica una crítica global del sistema económico capitalista vigente, pero con una tendencia muy marcada a las iniciativas concretas.

En sentido más estricto, habría que incluir dentro de este movimiento a todos aquellos grupos o asociaciones que se autodenominan así. Esto podría parecer una redundancia. Pero dejará de serlo en la medida en que percibamos en todos ellos unas preocupaciones convergentes y un enfoque común.

Este enfoque común podría estar constituido por los dos rasgos siguientes: ante todo, porque los mueve, al mismo tiempo, la preocupación social y la preocupación ecológica; en segundo lugar, porque compaginan una doble perspectiva, la local y la mundial. Se guiarían por aquel criterio de «pensar a escala mundial, pero actuar a escala local».

2. Aproximación a algunos movimientos particulares de economía alternativa

Para confirmar e ilustrar esa idea general permítasenos una breve aproximación a un movimiento que ha adquirido en estos años una cierta amplitud y que

(3) Me permito recordar aquí la tesis de M. ALBERT, *Capitalismo contra capitalismo*. Paidós, Buenos Aires 1993, contraponiendo el modelo anglosajón de capitalismo al continental o alpino.

(4) A. RECIO, *Algunas acotaciones al debate sobre proyectos económicos alternativos*, Mientras Tanto n. 47 (noviembre-diciembre 1991) 21-35.

se inscribe dentro de la *economía alternativa*. Nos referimos a la *Red Europea de Economía Alternativa y Solidaria* (REEAS). Se trata de una asociación creada el 7 febrero 1992, según el derecho belga, que agrupa redes y asociaciones de distintos países dentro de la misma orientación. En concreto, cuenta con asociaciones en la Unión Europea, Suiza, Japón, Malasia, Madagascar, países del Este europeo, países del Caribe. Su presidenta es Aline Archimbault, miembro del Parlamento Europeo, en el que ha protagonizado iniciativas significativas en favor de algunas actividades de economía alternativa (5).

Punto de partida de la REEAS es el análisis de la situación al final del siglo XX. En ella se detectan, por una parte, signos claros de agotamiento en fenómenos que han sido muy característicos de las últimas décadas: entre ellos, el modelo de desarrollo económico continuado, los movimientos de transformación social centrados en la clase obrera o las luchas de liberación nacional. Pero, junto a eso, se descubren también ciertas contratendencias innovadoras, minoritarias, pero dignas de atención. Entre ellas: la preocupación ecológica, un regionalismo abierto, un nuevo debate sindical, formas inéditas de solidaridad contra la gran pobreza, nuevos enfoques de la agricultura...

Las iniciativas son muy diferentes en cuanto a su origen filosófico, anclaje social, formas de organización; incluso es frecuente que trasciendan antiguos encuadramientos ideológicos o sociales. Pero se da en todos ellos una coincidencia en determinados valores, como son la *autonomía*, la *solidaridad* y la *igualdad*. Y también se observa un cierto distanciamiento tanto del liberalismo sin límites, en su pretensión de ser la panacea para los graves problemas económicos de hoy, como del Estado-providencia, en lo que tiene de pérdida de protagonismo de la sociedad. Esta doble actitud es coherente, y se complementa, con un renovado interés por buscar cauces de una verdadera *democracia económica*.

Desde estos planteamientos globales se desciende luego a objetivos más concretos. Entre ellos cabe mencionar, a título ilustrativo: 1) valorar como trabajo social formas de actividad hoy no reconocidas, como el trabajo doméstico; 2) ampliar y revalorizar el papel de los consumidores; 3) reforzar la participación de los productores en la definición de los productos y en el control de su impacto;

(5) Para lo que sigue, nos inspiramos en su «Declaración constituyente y programa de acción», documento mecanografiado de 7 páginas.

4) fomentar el reequilibrio de los territorios modificando los movimientos migratorios y reduciendo la concentración en las megalópolis; 5) apoyar las modernas tecnologías de convivencia, que ahorran recursos y energía, y facilitan la participación y el reparto más que la monopolización; 6) reconocer las iniciativas cooperativas y ciudadanas características del tercer sector de la economía. Todo ello puede ser englobado dentro de una democracia económica que quiere hacer de las personas y de las poblaciones *nuevos actores de un desarrollo sostenible*.

La REEAS es *una red*. Su gran aspiración es el intercambio de experiencias y la conexión de iniciativas que se den a conocer y se apoyen mutuamente. En su estrategia de acción figura en primer término el contribuir a la emergencia de Redes Nacionales de Economía Alternativa y Solidaria, el organizar cooperativas entre redes y el abrirse a realizaciones próximas. Tiene, pues, un marcado carácter de *transversalidad*, y huye de convertirse en un sector separado y autosuficiente.

3. El contexto de la economía alternativa

La *economía alternativa* es consciente del marco general en que se inserta. Pasada ya la época de la confrontación de los dos bloques, vivimos ahora, en este final del siglo XX, en un escenario cuyas coordenadas más determinantes pueden sintetizarse en las cinco siguientes (6)

a) **Un único modelo económico global.** La apertura de los mercados no tiene precedentes y conduce a una creciente integración de la economía mundial. De todos los mercados, el que alcanza un grado más elevado de globalización es el financiero, y desde él se ejerce un severo control sobre el resto de la economía, dentro de una orientación fuertemente marcada por la especulación. La empresa, por su parte, sobre todo si es de grandes dimensiones, considera el planeta entero como su campo potencial de operaciones (tanto para buscar suministros como para organizar la producción y para colocar sus productos).

b) **Aceleración del cambio tecnológico.** Ha sido enorme desde los

(6) Seguimos el enfoque de: EQUIPO DE ECOCONCERN, *Propuestas innovadoras para replantear la economía. Una invitación al diálogo*, Barcelona 1995.

años 70, debido sobre todo a la difusión de la informática y de la tecnología. Su principal efecto es el desplazar mano de obra de todos los sectores, de forma que ya no hay trasvase hacia el terciario, como ocurría antes. Es más, la automatización sustituye, no sólo al trabajo físico, sino también ciertas capacidades intelectuales.

c) **La transformación del trabajo.** Es ya tópico decir que estamos pasando de una sociedad de la producción a una sociedad de la información y del conocimiento. La consecuencia más importante de este cambio es que sólo las personas formadas, creativas y polivalentes son las que van a tener futuro, en detrimento de los no cualificados. La sociedad tiende, entonces, a estructurarse en tres grupos: los bien formados y bien remunerados; los poco cualificados, con bajos sueldos y trabajo inestable; los parados y los que se mueven para sobrevivir en la economía sumergida.

d) **La evolución demográfica.** Las previsiones despiertan inquietud. Entre 1950 y 1986 la población mundial se duplicó, pasando de 2.500 a 5.000 millones; y podríamos alcanzar los 7.000 millones en el 2008. Primera consecuencia: es imposible generalizar el modelo occidental de producción y consumo. Por otra parte, la evolución demográfica de los países industrializados (escasa natalidad y envejecimiento de la población) induce a pensar que será muy difícil al Estado de bienestar mantener el equilibrio entre clases productivas y clases pasivas. Los movimientos migratorios vendrán a convulsionar aún más este complejo e inestable panorama demográfico mundial.

e) **El círculo vicioso competencia-crecimiento.** La dinámica de crecimiento se desarrolla bajo el impulso de una fuerte competencia. Ésta, que exige pluralidad de agentes, se hace cada vez más violenta. Al mismo tiempo, el crecimiento fomenta la concentración y la cooperación. Y en ese contexto, el papel y el poder de los gobiernos cada vez se reduce más.

II. La economía alternativa ante el capitalismo

El escenario que acabamos de describir constituye, hoy por hoy, el espacio ineludible para toda actividad económica. La *economía alternativa* es muy consciente de ello y no rehuye el reto de ofrecer propuestas concretas y viables dentro de ese sistema. Pero tampoco renuncia a hacer la crítica de él. Veamos en qué términos.

1. El mercado: virtualidades y limitaciones

El principal objeto de crítica es, sin duda, el mercado. La *economía alternativa* procede a una verdadera desmitificación del mercado, lo que constituye una clave insustituible para entender este movimiento. Pero, al hacerlo, no cae en los radicalismos del antiguo debate mercado vs. plan, cuando las posturas se atrincheraban en la defensa del mercado a ultranza contra el plan o del plan contra el mercado.

La *economía alternativa* parte del reconocimiento de que el mercado no es una institución exclusiva del sistema capitalista. Existió siempre, aunque con la función más restringida de servir sólo para el intercambio de excedentes. Ahora bien, lo propio del mercado capitalista es que organiza toda la producción en función del intercambio (de ahí la importancia del valor de cambio) y, al hacerlo, tiende a reducir todo a mercancías (es decir, a objetos para ser intercambiados).

Pero no todo se adapta a las exigencias del mercado. En concreto, ni el trabajo ni la tierra se adaptan bien a estas exigencias. En la etapa anterior al capitalismo ambos estaban sometidos a otro tipo de regulación, pero la llegada de éste los convirtió en bienes mercantiles. Muy pronto, al menos el trabajo reivindicó formas diferentes de regulación: bastó, para ello, la toma de conciencia de que el trabajo humano no podía ser reducido a una fuerza productiva sin más. Las regulaciones laborales y los derechos reconocidos, tras duras luchas, al trabajador no son sino la expresión de que el trabajo no admite sin más este reduccionismo. Con la tierra las cosas sucedieron de forma algo diferente, porque el capitalismo primitivo no manifestó tan pronto su capacidad destructiva en este terreno.

Por lo demás, la crítica desmitificadora del mercado puede sintetizarse en los siguientes extremos. En principio, no hay dificultad en admitir que el mercado es un buen mecanismo para asignar eficientemente los recursos y organizar la producción. Con todo, hay que reconocer casos en que el mercado no asigna bien. Suele mencionarse en primer término la necesidad de que la demanda que acude al mercado sea solvente (es decir, vaya acompañada de capacidad de compra); y también se acepta que el mercado no funciona ante la demanda de bienes que no admiten la apropiación en exclusiva (los llamados *bienes públicos*). La desmitificación del mercado exige reconocer que, en casos como los mencionados, no es posible llegar a un ajuste adecuado de la oferta y la demanda.

Pero quizás donde el mercado muestra más sus limitaciones, su ineficiencia, es cuando se trata de distribuir la renta producida. Hay un presupuesto para su correcto funcionamiento, que no siempre se explicita: la igualdad entre las partes que concurren. Cuando ésta no existe, el mercado tiende a aumentar la desigualdad de partida. No estamos pensando en una igualdad entendida como homogeneidad, sino más bien como condiciones equivalentes de libertad real: cuando esta equivalencia no se da, los que gozan de márgenes más amplios de libertad impondrán sus condiciones a los otros en beneficio propio (es lo que ocurre a todo aquél que se ve obligado a aceptar un trabajo en las condiciones que se le ofrece porque no tiene otra alternativa para sobrevivir; y sería también el caso, menos dramático sin duda, de un mercado que funciona en régimen de monopolio efectivo)(7).

2. Nuevos conceptos para una economía más humana y solidaria

Todo esto no elimina las virtualidades del mercado, pero clarifica sus posibilidades y sus limitaciones: en ese sentido, lo desmitifica frente a tantas voces que lo exaltan sin matices. Pero, más allá de la pura crítica, la *economía alternativa* busca aportar algunos elementos más constructivos en la línea de una superación del economicismo que caracteriza a nuestras sociedades avanzadas y que tiende a contagiar a toda la humanidad.

La investigación de nuevos conceptos operativos e indicadores cuantitativos del desarrollo ofrece elementos enriquecedores a la *economía alternativa*. Si la economía ha de estar al servicio de la persona humana -de toda la persona (en sentido integral) y de todas las personas (solidariamente, de todos los pueblos)- es preciso, no sólo criticar una concepción excesivamente economicista del desarrollo, sino poner a punto otros conceptos operativos, aptos para orientar proyectos e iniciativas concretas (8). Mencionaremos sólo los tres más impor-

(7) Para una crítica del mercado véase también: L. DE SEBASTIÁN, *Solidaridad y mercado*, Estudios Centroamericanos 47 (1992) 757-770.

(8) En esta línea procedió, ya en 1965, la *Constitución Pastoral sobre la Iglesia en el mundo de hoy*, del Concilio Vaticano II, aunque no llegara a propuestas más concretas: «La finalidad fundamental de esta producción no es el mero incremento de los productos, ni el beneficio, ni el poder, sino el servicio del hombre, del hombre integral, teniendo en cuenta sus necesidades materiales y sus exigencias intelectuales, morales, espirituales y religiosas; de todo hombre,

tantes: desarrollo humano, desarrollo sostenible, seguridad humana.

Al concepto de *desarrollo humano* se llega desde la crítica de un desarrollo entendido sólo como crecimiento económico y medido a través de indicadores del tipo renta per cápita. En contraste con este enfoque, un desarrollo que merezca el calificativo de humano es aquel que permite ampliar las oportunidades del progreso de los individuos. El ingreso sería sólo un aspecto de estas oportunidades -un aspecto de suma importancia, sin duda-; igualmente importantes pueden ser la salud, la educación, un buen entorno físico y la libertad, que pueden ser considerados como los principales componentes del bienestar. Acorde con ese planteamiento, se ha elaborado un nuevo indicador más adecuado para medir esta realidad más compleja: el *índice del desarrollo humano*. Ha sido definido en función de tres variables: la capacidad adquisitiva (que corrige el dato más primario de los ingresos per cápita con el nivel medio de precios de cada país), el nivel educativo (combinando la tasa de alfabetización y la media de años de estudios) y la salud (mediante la esperanza de vida) (9).

El concepto de *desarrollo sostenible* fue puesto en circulación por el Informe Brundtland (10). En él se define como aquel tipo de desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias.

Por último, el concepto de *seguridad humana* pretende ir más allá de una seguridad basada sólo en la protección de las fronteras frente a amenazas exteriores (11). Porque para la mayor parte de la humanidad la inseguridad deriva más de preocupaciones acerca de la vida cotidiana que del temor a un cataclismo mundial. Esa seguridad humana se mueve en dos niveles: seguridad contra amenazas crónicas (hambre, represión...) y seguridad contra alteraciones súbitas y dolorosas de la vida cotidiana (en el hogar, en el empleo...). Si el

decimos, de todo grupo de hombres, sin distinción de raza o continente» (n. 64). Dos años después, la encíclica *Populorum progressio* de Pablo VI insistió en estas ideas subrayando la urgencia de algunas reformas, por ejemplo en el terreno del comercio internacional.

(9) Véase para todo esto PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (PNUD), *Desarrollo humano: Informe 1990*, Nueva York 1990; PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (PNUD), *Desarrollo humano: Informe 1991*, Nueva York 1991.

(10) COMISIÓN MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO, *Nuestro futuro común*, Alianza, Madrid 1988.

(11) Este concepto ha sido elaborado por el PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (PNUD), *Informe sobre el desarrollo humano 1994*, Nueva York 1994.

desarrollo humano es definido como un proceso de ampliación de la gama de opciones de que dispone la gente, la *seguridad humana* significa que la gente puede ejercer esas opciones en forma segura y libre, y que puede tener relativa confianza en que las oportunidades que tiene hoy no desaparecerán totalmente mañana. Es una libertad que se manifiesta, ante todo, frente a todo lo que produce miedo; en segundo lugar, respecto a la necesidad (o a la miseria). Pero no estamos ante un concepto defensivo, sino integrador: reconoce la *universalidad de las reivindicaciones vitales* y supone la solidaridad entre la gente. Es una seguridad que no se logra mediante los armamentos, sino mediante un desarrollo humano sostenible.

3. Más allá de la lógica del mercado

Pero la aportación de la *economía alternativa* no se apoya sólo en estos nuevos conceptos. Hay en ella un sustrato más profundo que tiene que ver con la crítica del capitalismo esbozada más arriba y se abre a una concepción más compleja de la realidad social. En efecto, el capitalismo ha supuesto una cierta mercantilización de la vida social. El Estado de bienestar, en su afán de contrarrestar esa mercantilización mediante la ampliación de los espacios administrados, ha encerrado a la sociedad en una férrea disyuntiva Estado-mercado. Es más, hoy suele expresarse esta dialéctica en términos de sociedad-Estado. Así se dice, por ejemplo, que, ante el excesivo desarrollo del Estado (de los espacios administrados), hay que proceder a una recuperación del espacio perdido para la sociedad: «más sociedad, menos Estado», suele repetirse. Pero esta formulación es engañosa, porque presupone una identificación demasiado precipitada de sociedad y mercado, como si la única alternativa a la lógica de la administración fuera la lógica mercantil.

Frente a esta férrea disyuntiva, muchos son los autores que comienzan a identificar un tercer espacio social, que comienza a conocerse como *el tercer sector* (12). Puede ser definido por exclusión: no funciona con fines

(12) Entre la bibliografía más reciente, véase: *El tercer sector*, Documentación Social, nº 103 (abril-junio 1996); A. SAJARDO MORENO (1996), "La colaboración entre el sector público y el sector privado en materia de política social: el caso de la Comunidad Valenciana", *Revista de Fomento Social*, Vol. 51, pp. 119-140.

lucrativos, pero tampoco equivale a lo público sin más. Se contrapone, por una parte, al mercado: por eso se habla de *entidades no lucrativas*. Pero se contrapone también al Estado: y entonces se habla de *organizaciones no gubernamentales*.

En realidad, el tercer sector ha existido siempre. Pero no puede negarse que hoy se ha activado considerablemente. En una primera aproximación, tal reactivación se atribuye a la crisis del Estado de bienestar, porque éste siempre fue insuficiente para llegar a ciertos colectivos. Analizando las cosas más en profundidad, sin embargo, habría que reconocer más bien que estamos siendo más sensibles ahora a aquellas necesidades humanas cuya satisfacción no queda garantizada con los mecanismos del mercado o de la administración. Por eso, antes que pensar en las nuevas formas de organización que respondieran a estas demandas, se impone el redescubrimiento de una lógica distinta, esa que suele llamarse la *lógica del don*.

En el esfuerzo por buscar una caracterización más positiva de este tercer sector, suele identificársele como el *mundo vital* («Lebenswelt»): es el que se orienta por esa lógica del don y de la gratuidad, se sostiene sobre estrategias cooperativas y de autoorganización, tiene su base moral en los sentimientos de solidaridad, autoafirmación y ayuda mutua (13).

En contraste con esta lógica, la del mercado es la lógica del intercambio, donde domina la eficiencia económica basada en la competencia y el incentivo; y la del Estado es la lógica del derecho, que funciona según criterios de regulación y distribución. Estas tres lógicas, que caracterizan tres espacios diferentes de la vida social, han de coexistir en una sociedad evolucionada. Pero el equilibrio entre ellas es siempre difícil de conquistar y de mantener, porque es frecuente que alguna de ellas sienta la tentación de colonizar todos los espacios sociales (lo que se critica a la lógica del mercado dentro del capitalismo) (14).

Excluida la tentación de que un espacio pretenda colonizar a los otros dos, hay que añadir que ninguno de los tres funciona con absoluta independencia respecto a los otros. Se da entre ellos una conexión compleja y fecunda. Y así los mundos

(13) Cf. J. GARCÍA ROCA (1996), *El tercer sector*, Documentación Social, nº 103 (abril-junio) 11-35; C. GINER DE GRADO, *La solidaridad como fundamento ético del tercer sector*, ibid., 53-68.

(14) Para todo esto puede verse: J. GARCÍA ROCA (1994), *Solidaridad y voluntariado*. Sal Terrae, Santander, especialmente 159-181 y la bibliografía allí citada.

vitales (familia, vecindad, amigos, movimientos sociales, grupos religiosos, asociaciones movidas por intereses universalistas) influyen sobre el Estado recordándole que son los intereses universales los que le dan su legitimidad, y sobre el sistema económico haciéndole caer en la cuenta de las víctimas que va dejando en el camino. Pero a ninguno de los tres se le pueden atribuir la realización exclusiva de unos valores: no son los mundos vitales el único espacio para la solidaridad, como tampoco es el Estado el lugar único del universalismo o el mercado el de la libertad. La incorporación de esta lógica del don -que no niega la necesidad de las otras, sino que las complementa y las fecunda, las humaniza- es un elemento dinamizador del análisis actual de la sociedad, que es muy bien asimilado por la *economía alternativa*.

4. *¡Pero dentro del sistema capitalista!*

Lo que precede confirma cuanto venimos afirmando desde el comienzo en el sentido de que estamos ante un movimiento, crítico sin duda, pero empeñado en mostrar que sus propuestas son viables dentro mismo del sistema capitalista. En todas sus manifestaciones hay una irrenunciable vocación transformadora del viejo orden económico y social. Las contradicciones actuales indican que el cambio es inevitable, pero en modo alguno espontáneo: hay que trabajar a nivel personal y a nivel social. Esto significa para la *economía alternativa* el reto de crear organizaciones que sean *viables* y, al mismo tiempo, *alternativas*.

Para ser *viables*, dichas organizaciones aceptan el marco de las relaciones sociales existentes y el sistema de mercado. En esas coordenadas realizan actividades de producción de bienes y servicios; recurren al resultado económico como criterio crítico de su funcionamiento; son administradas y dirigidas como empresas. No rehuyen, por tanto, las condiciones de la economía de mercado: muy al contrario, aceptan el reto de mostrar que es posible poner en marcha iniciativas viables y, al mismo tiempo, *alternativas*. Para responder a este segundo objetivo dan prioridad a sus influencias y responsabilidades sociales: y lo hacen poniendo en juego toda su capacidad innovadora para elaborar un producto o prestar un servicio diferente. Confían, además, que, al actuar así, están creando un nuevo potencial de satisfacción y están transformando la conducta de las personas como consumidores, como productores o como ciudadanos. Desde la actividad estrictamente económica y siguiendo sus reglas,

se pretende inyectar en el sistema social nuevos criterios y nuevas actitudes: una nueva manera de entender las necesidades humanas y su satisfacción o, dicho con otras palabras, un nuevo modelo de desarrollo verdaderamente humano.

Pero para esto -hay que repetirlo una vez más- es preciso producir con *eficiencia*. No basta con cubrir costes, hay que obtener resultados que garanticen la continuidad y el éxito, y atraigan a personas con creatividad, iniciativa y capacidad. El beneficio no es, por consiguiente, un deseo: es una necesidad. Y no hay que vincularlo con el capitalismo como algo que no se explica sin él: el beneficio existirá como criterio económico mientras estén vigentes las relaciones monetario-mercantiles en la sociedad.

III. Algunas áreas de actuación de la economía alternativa

¿Estamos nuevamente ante una nueva utopía? ¿O ante una especie de «cuadratura del círculo», que pretende conciliar extremos irreconciliables? Hemos dicho que la *economía alternativa* quiere «pensar a escala mundial, pero actuar localmente». Este deseo de realizaciones concretas, cercanas, viables pero alternativas, es móvil constante de muchas iniciativas. En lo que resta mostraremos algunas de ellas, poniendo de relieve también cuáles han encontrado un cierto eco en los órganos centrales de la Unión Europea (15).

1. Comercio alternativo

En el área del comercio alternativo aparecen muy claramente las dos dimensiones que señalábamos al comienzo: por una parte, la justicia social, buscada a través de unas relaciones más justas en los intercambios internacionales de mercancías; por otra parte, el desarrollo sostenible, en cuanto preocupación por promover el comercio de aquellos productos más acordes con los criterios de sostenibilidad.

La estrategia clave de este empeño comercial es el contacto directo y la transparencia entre productores y consumidores. Para ello se crean y favorecen redes comerciales en el tercer mundo y en los países desarrollados. La red más

(15) Para toda esta parte, puede verse: E. VILANOVA - R. VILANOVA (1996), *Las otras empresas. Experiencias de economía alternativa y solidaria en el Estado español*, Talasa, Madrid.

importante de las hoy existentes es la formada por las *Organizaciones de Comercio Alternativo* (OCA, o ATO si se refiere a la denominación original: *Alternative Trade Organizations*). A nivel europeo existe la EFTA (*European Fair Trade Association*) que usando las mismas siglas quiere ser una alternativa a la antigua EFTA (*European Free Trade Association*). Se calcula que en Europa existen entre 2.500 y 3.000 tiendas de este tipo.

Entre los aspectos que más se potencian en el comercio alternativo cabe citar los siguientes: esfuerzo por importar a Europa prescindiendo de los intermediarios, para evitar ciertos perjuicios que se suele seguir de su actuación para los países del tercer mundo; fomento de organizaciones cooperativas para la producción y la comercialización. Es frecuente, además, que las relaciones comerciales se acompañen de visitas y de otras iniciativas de formación e información, o de hermanamientos. Suele también atenderse especialmente a las condiciones sociales y ecológicas en que se producen las mercancías. Por último, se ofrecen facilidades para la prefinanciación de las operaciones, así como garantías de precio, de compra y de pago.

En la Unión Europea se ha puesto en marcha una iniciativa de interés en relación con el comercio alternativo. A comienzos de 1993 la Sra. van Putten y otros diputados presentaron ante el Parlamento Europeo una *Propuesta de Resolución sobre el fomento de un comercio justo y solidario*. Siguiendo los procedimientos de dicho organismo, su Presidente remitió la propuesta a la Comisión de Desarrollo y Cooperación, la cual decidió elaborar un informe y nombró ponente para ello al Sr. Langer. Dicho informe fue examinado por la citada Comisión en noviembre de ese mismo año, que aprobó por unanimidad la propuesta de resolución. Este texto amplía considerablemente los contenidos de la propuesta inicial y va además acompañado de una amplia «Exposición de motivos», que suministra una valiosa información sobre iniciativas en este campo y la valoración que hace la Comisión de todo esto (16).

La Propuesta parte de un hecho: «en los países comunitarios y en otros Estados europeos ya existe un número importante de organizaciones sin ánimo de lucro y de asociaciones internacionales que se dedican al fomento del comercio justo y solidario entre el Norte y el Sur, y que en Europa y en el

(16) *Informe de la Comisión de Desarrollo y Cooperación sobre un comercio justo y solidario entre el Norte y el Sur. Ponente: Sr. LANGER (A3-0373/93).*

hemisferio sur ya existen centenares de explotaciones y cooperativas cuyo objetivo es la producción y comercialización de productos en unas condiciones sociales y medioambientales admisibles». El comercio alternativo es, pues, una realidad modesta pero significativa, verdaderamente *pionera*, que abre perspectivas de algo nuevo (*alternativo*) y, por esa razón, merece ser apoyado. En la «Exposición de motivos» se cifra el volumen de comercio alternativo en unos 200 millones de dólares. Tras enumerar algunas redes y organizaciones que están actuando hoy, se destaca que «en todos esos casos no se trata de ninguna manera de meras iniciativas caritativas por motivos humanitarios o éticos, sino de planteamientos de largo alcance que pretenden hacer frente a las graves deficiencias estructurales existentes en las relaciones Norte-Sur, que tanto se deploran». Se cita también el Informe del PNUD de 1993, donde se propone la creación de «*people-friendly* o *community-friendly-markets* (mercados favorables a las poblaciones y comunidades), como alternativa constructiva a la política de la privatización salvaje, del desempleo creciente, de creación de dependencia y de destrucción de la capacidad de autoabastecimiento».

La Resolución fue, finalmente, aprobada por el Parlamento Europeo el 19 enero 1994 (17). De entre las 16 recomendaciones que incluye, tres merecen ser destacadas: a) fomento legal, financiero y de otros tipos de las organizaciones que existen en Europa y de la coordinación entre ellas, favoreciendo sus actividades; b) apoyo a los socios del Sur para que diversifiquen su producción y se adapten a las normas comunitarias; c) reconocimiento y protección de un marchio de calidad que sirva para distinguir los productos del comercio justo y les facilite un tratamiento preferencial (derechos de aduana, cuotas de importación, etc.). De una forma más global se desea además que «la Comunidad integre orgánicamente el comercio justo y solidario en el marco de su política de desarrollo y cooperación y que abogue en los organismos internacionales por que se desarrolle positivamente dicha forma de intercambio más justa y más preocupada por los aspectos sociales y ecológicos».

Estas recomendaciones se apoyan -como subraya la «Exposición de motivos» de la Propuesta, ya citada- en una conciencia cada vez más difundida entre los ciudadanos, aunque todavía se manifieste en círculos reducidos: «En Europa son

(17) *Resolución sobre comercio justo y alternativo entre el Norte y el Sur* (DO C 44 de 14.2.1994, pp. 119-121).

cada vez más los consumidores que están dispuestos a pagar también el precio justo por las mercancías de este tipo de comercio (o por los servicios turísticos o por los servicios en general) y aceptar unas condiciones más modestas, más frugales, pero también más soportables, tanto desde el punto de vista humano como ecológico» (18).

2. Agricultura alternativa

La agricultura alternativa se presenta como *agricultura ecológica o biológica*. Su enfoque fundamental consiste en explotar los recursos del medio como si se tratara de un organismo vivo, es decir, dirigiendo y favoreciendo los procesos vitales de los suelos, las plantas y animales, dejando actuar los procesos naturales de regulación. Se trata con ello de respetar la lógica de la vida y actuar conforme a sus leyes. Es exactamente lo contrario de lo que hace la llamada agricultura industrial cuando recurre profusamente al uso de fertilizantes químicos, de plagicidas y de herbicidas, productos todos cuyos efectos negativos sobre las plantas, los animales y los seres humanos está más que demostrado. Las iniciativas en este campo son coordinadas a nivel internacional por el IFOAM: *International Federation of Organic Agriculture Movements*.

Se calcula que en 1992 había en el conjunto de los países de la Unión Europea 150.000 hectáreas de agricultura ecológica; en 1995 se alcanzaba ya el millón de hectáreas. En este último año Alemania y Austria contaban cada una con más de 300.000 hectáreas, mientras que Francia e Italia rondaban las 100.000 y Reino Unido y Finlandia sólo tenían unas 30.000.

Austria es, en Europa, el país que ha llegado más lejos. En 1978 existían sólo unas 100 explotaciones. En 1991 habían pasado a 1.970 explotaciones con casi 17.000 hectáreas. Entre ese año y 1995 se dio un salto espectacular: se llegó a casi 23.000 explotaciones con casi 350.000 hectáreas. En una reciente encuesta a agricultores se constataba cómo la introducción de cultivos ecológicos no estaba motivada por las subvenciones públicas correspondientes, sino por otras razones, tales como: un cambio en el estilo de vida, una concienciación creciente sobre la alimentación y la salud, los problemas relacionados con la protección de

(18) En toda Europa, el número de tiendas del tercer mundo se eleva ya a más de 2.500.

las cosechas y la fertilidad del suelo (19).

En España, y según datos del Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica, las cifras eran proporcionalmente más pequeñas: se ha pasado entre 1992 y 1995 de unas 5.000 a unas 20.000 hectáreas. Estaban a la cabeza Andalucía, Aragón y Cataluña (con unas 5.000 hectáreas cada una), mientras que Galicia, Cantabria y La Rioja no llegaban a 5 hectáreas (20).

En la legislación comunitaria existe un Reglamento de 24 junio 1991 sobre agricultura biológica, que entró en vigor en julio 1992 (21). En él se determinan las condiciones para que un producto pueda ser considerado como «ecológico» y lleve el etiquetado correspondiente. Estas condiciones se refieren sobre todo al modo de producción, que excluye los productos químicos de síntesis tanto para la fertilización de la tierra (sólo se admiten fertilizantes orgánicos y minerales) como para la lucha contra los parásitos, enfermedades y malas hierbas. Se detallan además los sistemas de control que se aplican en la fase de producción y en la de comercialización.

También en la legislación española contamos con una Orden del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de 30 septiembre 1989 (BOE 4 octubre) sobre el reconocimiento con carácter provisional de la denominación genérica de «agricultura ecológica». El Reglamento correspondiente, aprobado por una Orden del mismo Ministerio del 4 de octubre de ese año (BOE 5 octubre), concreta las condiciones para que un producto pueda beneficiarse de esa denominación y crea el Consejo Regulador que actuará en ese campo. Para poder gozar de la protección que se concede, es preciso que en la producción,

(19) Datos tomados del breve informe sobre agricultura biológica en Austria, que se incluye en el *Informe de la Comisión sobre la aplicación del programa comunitario de política y actuación en materia de medio ambiente y desarrollo sostenible: «Hacia un desarrollo sostenible»* [COM(95)624 final, de 10 enero 1996, p. 47].

(20) Son datos aparecidos en el diario *El País* de 2 marzo 1996. Según un informe reciente del Comité Andaluz de Agricultura Ecológica, en el año en curso podría llegarse a las 20.000 hectáreas en Andalucía gracias al programa europeo de ayudas para fomentar métodos de producción compatibles con el medio ambiente. Olivar, frutales de secano, cultivos de dehesas, cítricos, subtropicales y hortícolas serán los principales beneficiarios, concentrándose estos en los pequeños propietarios. Cf. *El País - Andalucía* de 11 marzo 1996.

(21) *Reglamento n° 2092/91 del Consejo de 24 de junio de 1991 sobre la producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios* (DO L 198 de 22.7.1991, pp. 1-15).

elaboración y conservación no se hayan empleado productos químicos de síntesis.

3. Banca alternativa

He aquí otro campo en el que proliferan las iniciativas. El postulado de partida es el carácter instrumental del dinero: de ahí el que deba estar siempre al servicio de proyectos justos y respetuosos con el medio ambiente. Las iniciativas en este terreno responden a una doble demanda: la demanda de financiación que procede de los productores, cuando su producción se orienta por los cauces de la economía alternativa, y la demanda de los ahorradores que desean ser tenidos en cuenta a la hora de determinar con qué criterios se van a invertir sus recursos y no se contentan con el criterio consagrado de mantener un prudente equilibrio entre riesgo y rentabilidad.

Entre los principios a aplicar pueden citarse los siguientes: ante todo, *flexibilidad*, de modo que puedan decidirse las inversiones según los criterios de los ahorradores; en segundo lugar, *cooperación* con el cliente para ayudarle a calibrar la viabilidad económica, social y ecológica de los proyectos a financiar; por último, *minimalismo*, en el sentido de operar con los tipos de interés más bajos, tanto en créditos como en ahorros.

En diferentes países existen sociedades de financiación con un capital conseguido a base de las aportaciones de personas que quieren que sus ahorros sean empleados de acuerdo con unos determinados criterios éticos. Suelen mencionarse: las *Mutue autogestite* italianas, la *Ecumenical Development Cooperative Society* holandesa, el *Alternative Bank* suizo o el *Ökobank* alemán. Este último se comenzó a constituir en 1984, pero sólo llegó a reunir el capital necesario para abrir en 1987: este retraso muestra que no está todavía muy extendida la mentalidad que hace posible una institución financiera de este tipo.

Mención aparte merecen los *fondos de inversión ética*, un tema que comienza a abrirse camino en nuestro país y en Europa, pero que existe en Estados Unidos desde los años 70. Responden a la inquietud de algunos clientes ante la posibilidad de que sus recursos se estuvieran dedicando a financiar actividades que consideraban éticamente intolerables. Con este motivo dichos clientes exigían a los fondos de inversión que les dieran cuenta de los criterios

aplicados para decidir las operaciones. La *inversión ética* tiene por objeto colocar el dinero en inversiones que permitan una rentabilidad financiera, pero a condición de que no se apoye con ello áreas de negocio éticamente reprobables tales como armas, tabaco, alcohol, apartheid, violación de derechos humanos, energía nuclear, racismo o discriminación, etc. El interés de la inversión ética radica en mostrar que se pueden encontrar fórmulas técnicamente viables para la consecución de objetivos que, en un primer momento, pueden parecer ajenos a la lógica de la economía y de las finanzas. En 1993 se contabilizaban en el Reino Unido hasta 22 *fondos de inversión ética*, los cuales garantizaban que los recursos a ellos confiados se emplearían de acuerdo con determinados criterios éticos. Estos criterios, que deben estar claramente formulados para información de clientes potenciales, pueden ser de carácter negativo (excluyen actividades como las enumeradas más arriba) o positivo (expresan aquellas otras actividades que directamente se quieren favorecer, tales como las más beneficiosas para el medio ambiente o para proyectos de desarrollo) (22). Aunque no se haya llegado a conclusiones definitivas, los estudios empíricos disponibles permiten afirmar que dichos fondos ofrecen una rentabilidad similar, si no ligeramente superior, a los convencionales.

4. Empresa alternativa

También se habla de *empresas alternativas* para designar a aquellas unidades de producción que pretenden incorporar este enfoque en sus actividades y en su misma organización. Hay en ellas algo que recuerda lo que fue en sus orígenes el cooperativismo: un movimiento que pretendía mostrar cómo se podría sobrevivir en el marco del sistema capitalista con un modelo de organización empresarial inspirado en criterios más humanos. Y no es casualidad que la empresa alternativa adopte muchas veces la forma jurídica de la cooperativa, aunque no de modo exclusivo.

Un buen número de estas empresas alternativas nacen en respuesta a

(22) Alguna bibliografía: C. JOLY (1993), *Ethical Demands and Requirements in Investment Management*, *Business Ethics* 2, 199-212; M. COOPER, - B. B. SCHLEGELMILCH (1993), *Key Issues in Ethical Investment*, *Business Ethics* 2, 213-227; D. CAMINO BLASCO - J. LÓPEZ PÁSCUAL (1995), *Un análisis de la inversión ética en España*, *Boletín de Estudios Económicos* 50, 519-540.

necesidades de la economía local o a iniciativas de solidaridad y de lucha contra el paro y la pobreza. En esos casos son expresión de la capacidad de colectivos muy marginales para autoorganizarse e integrarse competitivamente en el escenario económico de hoy.

Recogemos, a modo de ilustración, algunos de los principios que las inspiran:

- 1º Reservar un mínimo del 25% de contratación a personas particularmente desfavorecidas cara al empleo.
- 2º Desarrollar, dentro del respeto a la persona, los principios de solidaridad entre las personas tanto en el interior como en el exterior de las empresas.
- 3º Privilegiar, dentro de las actividades, todos los métodos y técnicas que permitan preservar el medio ambiente.
- 4º Estabilizar el empleo privilegiando los contratos de duración indeterminada.
- 5º Crear las condiciones necesarias de evolución del personal: su implicación dentro de la marcha de la empresa, asegurando su seguimiento individual, una subida en calificación, una verdadera concertación y una participación en los resultados de la empresa.
- 6º Destinar un 1% de la masa salarial para un fondo común que, con la colaboración efectiva de los asalariados, podrá proponer acciones de carácter social y cultural.
- 7º Participar y cooperar en el desarrollo del movimiento colectivo, solidario y transparente, cuyo objetivo es la creación de empresas alternativas o de economía social.

5. Economía alternativa y lucha contra el desempleo y la exclusión

La economía alternativa presta una atención especial a un fenómeno tan determinante en nuestras sociedades como es el paro generalizado y la exclusión que genera. Son muchas las pequeñas iniciativas que han nacido en nuestro país con esta orientación, y variados los campos de actuación: existen coordinadoras para la promoción del empleo, que insisten especialmente en la formación; existen iniciativas para el reciclaje de productos (hay una versión de «Los traperos de Emaús» que funciona en Pamplona, siguiendo el modelo de la que surgió en el París de la posguerra); existen grupos que montan una pequeña empresa de mensajería, etc. Son actividades que muestran cómo la imaginación

y la creatividad son capaces de traducirse en fórmulas operativas y viables (23).

Del interés que despiertan estas iniciativas -y no sólo porque generan empleo, sino especialmente porque contribuyen a reconstruir el tejido social, tan deteriorado hoy- es buen reflejo una Resolución reciente de la Unión Europea, que merece ser mencionada antes de concluir estas páginas.

Fue en septiembre de 1993 cuando el Sr. Ponk presentó al Presidente del Parlamento Europeo una propuesta de resolución sobre una iniciativa comunitaria para crear más puestos de trabajo en el marco de la «economía social». Encomendado su estudio a la Comisión de Asuntos Sociales, Empleo y Condiciones de Trabajo, ésta designó como ponente a la Sra. Aline Archimbaud, citada más arriba. Tras el informe preceptivo, la Resolución fue aprobada por el Parlamento Europeo en su sesión del 6 mayo 1994 (24).

Lo más interesante de esta Resolución es el presentarla en el marco de los esfuerzos de la Unión Europea y de los Estados miembros para reducir el desempleo y combatir la exclusión social. La economía alternativa aparece ahora, no ya para economías atrasadas, sino precisamente en países avanzados que llegan a la convicción de que «el planteamiento clásico de relanzamiento del crecimiento es un instrumento insuficiente para conseguir que disminuya el desempleo». Frente a esta insuficiencia se muestra la satisfacción ante las iniciativas de economía alternativa y solidaria que, «basadas en la innovación y la solidaridad», han creado miles de puestos de trabajo duraderos en colaboración con instituciones locales y colectividades territoriales o con sectores de empresas tradicionales.

La Resolución se traduce en un apoyo decidido a este tipo de iniciativas, mediante facilidades financieras, equiparación a las PYME, elaboración de una política coherente para este sector, impulso a los intercambios de experiencias, apoyo a la formación de profesionales. Estas medidas son todavía de escasa envergadura: ello es reflejo de una cierta perplejidad ante un fenómeno nuevo y escasamente incorporado a los planteamientos tradicionales, pero también del interés por el carácter innovador del mismo y las perspectivas que parece abrir.

(23) Muchas de estas iniciativas pueden verse descritas en: E. VILANOVA - R. VILANOVA, *l.c.*, 70-109.

(24) *Resolución sobre economía alternativa y solidaria* (DO C 205 de 25.7.1994, pp. 281-283). La resolución fue adoptada sin debate al no existir oposición por escrito.

Conclusión

Hemos querido asomarnos a una realidad reciente, polifacética, que abre nuevos horizontes en un mundo demasiado marcado por el fatalismo de la crisis y de la globalización. La creatividad siempre es esperanzadora; y más, si nace desde los más débiles o en favor de ellos. Naturalmente no todas las iniciativas en marcha tienen la misma validez, ni reflejan esa madurez de planteamientos que hemos destacado en estas páginas. Los motivos éticos no faltan nunca, pero la ética no conduce a casi nada si no busca mediaciones operativas. Por eso, en la medida en que mucho de lo aquí expuesto se apoya en la pretensión de conjugar *viabilidad y alternativa*, creemos que este movimiento merece ser considerado con atención por todo el que se acerca al mundo económico con una preocupación verdaderamente ética y humanizadora.



Revista de Fomento Social, 51 (1996), 341-365

Ética y marketing: aspectos conflictivos

La relevancia de la función de marketing en el desarrollo de la empresa es incuestionable. Invidados por la publicidad, pero resignados ante la necesidad de estar informados, nos encontramos con una fuerza -el marketing- que posiblemente condiciona nuestro comportamiento. La imagen del marketing como un proceso orientado al engaño ha quedado quizás obsoleta gracias a que la empresa se ha dado cuenta que, en el proceso necesario para dar a conocer los productos, conseguir la venta a corto plazo y crear expectativas no es tan importante como la fidelización del cliente y que ésta responda a un nivel elevado de satisfacción con el producto. Sin embargo hoy día siguen existiendo prácticas que cuestionan éticamente esta función empresarial. Este trabajo (1) se plantea en esta línea mostrando un abanico de temas en los que actualmente el marketing y la ética presentan relaciones conflictivas.

Alfonso C. Morales Gutiérrez (*)

(*) Profesor del Departamento de Economía General, Ciencias Jurídicas y Sociología de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales - ETEA de la Universidad de Córdoba.

(1) Este artículo constituye una versión más elaborada de una comunicación titulada: «Problemas

1. La necesidad de una «conciencia ética» en las organizaciones

La exigencia de una legitimidad social -exterior e interior- en las organizaciones pone de manifiesto la necesidad de configurarlas con una cierta capacidad de autoconciencia y de autorregulación. El análisis ético de las organizaciones requiere reflexión del comportamiento corporativo en sus procesos internos y externos tanto a nivel general como funcional. Los sistemas de marketing poseen la característica de ser un reflejo «externo» de ciertos valores «internos». Estos valores internos presuponen también una antropología y, en un mundo en transformación, es crucial para el desarrollo a medio plazo de las empresas que estos presupuestos sean coherentes ya que configuran la definición de los mismos problemas, y no solamente la de las soluciones (LOZANO, 1993).

De hecho la necesidad de considerar la cuestión ética en el ámbito del marketing viene sugerida por una serie de tendencias en la sociedad de las que destacamos cinco:

- 1º El protagonismo y la emergencia de los derechos de los consumidores que se traduce en un papel cada vez más activo en la sociedad y en los mercados (2).

éticos de los sistemas de marketing agresivos» presentada en la IV Conferencia anual de EBEN-España «Ética y Marketing» celebrada los días 25 y 26 de abril de 1996.

(2) Tradicionalmente, los españoles se han resistido a protestar por el mal servicio o el fraude comercial. En el estudio del Ministerio de Sanidad y Consumo sobre la sociedad española 1992-1993, se afirmaba que «el libro de reclamaciones es una institución tan venerable como ilusoria en muchas tiendas». Además, los españoles no veían fácil enfrentarse legalmente a los abusos cometidos por los vendedores. El resultado es que una de las particularidades del consumidor español es su bajo nivel de denuncia o reclamación respecto a los productos y servicios que adquiere y con los que no se encuentra satisfecho. Así pues, se expresan muchos motivos de queja pero estos no se traducen posteriormente en denuncia y reclamaciones. En el último año, un 54 por ciento de la población manifestó haber tenido algún motivo de denuncia. Pero menos de la mitad de éstos plasmaron su denuncia de forma efectiva, ante las autoridades o instituciones pertinentes. El sector que más motivos de queja produce entre los consumidores, según este sondeo del Instituto Nacional de Consumo (DE MIGUEL, A., "La calidad necesaria", *Diario ABC*, 4-8-96, pp. 65-68), es el de la alimentación, seguido del teléfono, vestido y calzado, asistencia técnica de electrodomésticos y servicio eléctrico. Respecto a las reclamaciones presentadas, si bien el sector de la alimentación es el que más motivos de insatisfacción genera, sólo la mitad de las quejas se han materializado en una reclamación. En cambio, en electrodomésticos, vestido y calzado, agencias de viajes y vivienda en propiedad el porcentaje de reclamaciones sobre el total de motivos sobrepasa el 60 por ciento.

- 2º La labor de control que se ejerce «a tiempo real» en la opinión pública y que pone de manifiesto las irregularidades de los productos y los servicios de las empresas que abusan o estafan a sus clientes.
- 3º El papel de los poderes públicos que generalmente se posicionan a favor del consumidor y que vienen desarrollando toda una serie de mecanismos institucionales y una regulación de sus derechos de protección, en diversos ámbitos, con normas cada vez más exigentes.
- 4º La constitución, formación y consolidación de instituciones representativas de los intereses de los consumidores.
- 5º La proliferación de los «ombudsmen» como mecanismos que las propias organizaciones establecen para la protección de sus clientes y como garantía de sus servicios (3)

El objetivo del presente trabajo es poner de relieve algunos sistemas de marketing que plantean ciertos interrogantes a nivel ético. En algunos casos el cuestionamiento de los «procesos» ha supuesto el «deterioro» de la imagen de los productos, y en consecuencia, de las organizaciones que los utilizan. Concretamente nos centraremos en los siguientes casos: el marketing «ético», el marketing multinivel, los medios de promoción en el marketing de productos farmacéuticos, los sistemas de venta por correo, los sistemas de venta «agresivos» (multipropiedad, venta directa con alicientes turísticos), la venta a un precio inferior al coste, y el *product placement*.

2. El marketing por causas sociales y su visión utilitarista de la ética

2.1. Una cuestión previa: diversas posturas hacia los planteamientos éticos en la empresa

Antes de abordar el tema del marketing por causas sociales puede resultar ilustrativo la exposición resumida de diversos planteamientos de la cuestión ética en las organizaciones. En primer lugar tendríamos a las empresas que se posicionan desde la inutilidad de la cuestión ética. El planteamiento de fondo de este paradigma situaría al mercado como mecanismo regulador de las conductas

(3) En España el grupo *Bilbao Vizcaya* fue la primera institución financiera que creó esta figura en 1986.

óptimas (paradigma del mercado). Lo correcto es el funcionamiento del mercado, y por tanto, hay que eliminar todos aquellos obstáculos que impiden el libre juego de la oferta y la demanda. Si el mercado fuera perfecto ¿para qué hablar de ética?. Las organizaciones no deberían cuestionarse su comportamiento ético sólo su eficacia y eficiencia.

Explicar las razones de este planteamiento exigiría repasar toda una serie de argumentaciones que se han ido dando desde los años setenta (MAHONEY, 1990). Desde la conocida sentencia de Friedman, según la cual la única responsabilidad social de la empresa es aumentar sus beneficios, hasta el rechazo o el miedo al conflicto interno, pasando por la hegemonía del «paradigma economicista» de comprensión de la empresa y acabando por la impermeabilidad entre el discurso económico y el discurso moral, hay toda una serie de razones que rechazan la necesidad de una reflexión ética en el contexto empresarial.

En muchas ocasiones, y de forma paradójica, se manifiesta una variante que podríamos denominar como perspectiva «esquizofrénica»: la ética no es útil para analizar lo que hacen y lo que hacemos en nuestras organizaciones pero sí para juzgar y analizar lo que hacen las demás.

En segundo lugar podríamos hablar de un paradigma «postfuncionalista», o «la ética como un lujo». En las organizaciones -en las empresas- lo prioritario sería la eficiencia -los beneficios-, y luego en épocas de bonanza y prosperidad podemos plantearnos «cuestiones éticas».

En tercer lugar podríamos hablar de un paradigma «utilitarista». La ética es un «añadido» en las organizaciones que, además, puede reportar imagen exterior, propiciar conductas deseables evitando comportamientos disfuncionales. De alguna forma la formación ética, si la hubo, se recibió, por parte de los directivos, como una «asignatura» más en su preparación que consistió básicamente en: una brevísima píldora sobre las grandes doctrinas éticas, una consideración -también bastante breve- de las teorías sobre el capitalismo y sobre la justicia social, una sistematización del concepto de responsabilidad social de la empresa, y un desarrollo de las cuestiones que son susceptibles de generar conflictos morales en las diferentes dimensiones de la acción organizativa (LOZANO, 1993).

Este comportamiento podría explicarse como el resultado de un descubrimiento: las organizaciones en su búsqueda de legitimidad social han detectado que hablar de «ética», de «compromiso ético» también «vende». Pero al manipular la cuestión ética se corre el peligro de ser «medido» e incluso «perecer» por su

exigencia. La ética está de moda. Pero de la misma forma que todas las prendas no favorecen a todos los seres humanos, hay organizaciones a las cuales las exigencias éticas le vienen «cortas» o «largas».

Un cuarto planteamiento, que podríamos denominar como paradigma integral, situaría la dimensión de los valores como el núcleo de toda actuación externa o interna. Plantearse una postura éticamente coherente conlleva, a nivel empresarial, una serie de retos y compromisos que no implica necesariamente menor rentabilidad o menor eficiencia.

2.2. Un caso para el análisis: *Body Shop*

El caso de «Body Shop» nos podría ofrecer alguna luz al respecto. Se trata de una empresa británica dedicada a la producción y comercialización de productos para el cuidado del cuerpo. Este negocio «verde» comenzó en 1976, con una tienda abierta en Brighton, East Sussex (Reino Unido). Entonces vendían 15 productos. En la actualidad, la compañía asegura contar 400 productos para el cuidado del cuerpo, basados en sustancias naturales. Han abierto más de 670 tiendas y dan empleo a 5.850 personas, entre ellas 4.000 adjudicatarias de franquicias. Según *Body Shop*, su mercado se extiende «desde el Ártico hasta Australia y desde Yedda hasta Japón». ¿Cuáles son los compromisos «éticos» asumidos en este negocio?. Entre otros pueden citarse:

- Un compromiso social con los más desfavorecidos desde una postura «no paternalista» (4).
- Colaborar con otras instituciones «éticamente» afines (5).

(4) Una de las líneas de trabajo de la empresa, va dirigida a promover el intercambio comercial justo con países del Tercer Mundo. La compañía negocia la adquisición de miel o nueces a grupos étnicos como los indios kayapos de Brasil. En los tratos se respetan las condiciones de los suministradores, pero se buscan beneficios mutuos. Las normas de intercambio entre la firma Body y los suministradores del Tercer Mundo están regidas, según la compañía, por la creación de vínculos empresariales sostenibles y el respeto a las características étnicas y culturales de los suministradores. La compañía engloba esta estrategia bajo el lema *Trade, not aid* («Comercio, no ayuda»), con tres proyectos multinacionales.

(5) *Body Shop* ha promovido campañas nacionales con la organización ecologista *Greenpeace*, en favor de las ballenas. También ha desarrollado iniciativas con Amnistía Internacional, en favor de la liberación de los presos de conciencia.

- Asumir el «respecto a los derechos de los animales» no utilizándolos -como hacen otras organizaciones competidoras- para la comprobación de los efectos de los productos ni para su fabricación (6).
- En relación a los sistemas de marketing la organización ha tomado una postura radical ante las campañas publicitarias que les lleva -diferenciándose de sus competidores- a recortar los gastos en envases y evitar mensajes publicitarios engañosos (7).

Sin embargo, últimamente, *Body Shop* ha recibido ataques por no atenerse a las normas que pregona. Los críticos dudan de que los productos de *Body Shop* sean genuinamente naturales y alegan que la empresa practica una doble moral con respecto a los derechos de los animales. Cuestiones análogas se plantean sobre el aprovisionamiento de ingredientes para sus productos en países en desarrollo y a los niveles de las aportaciones a organizaciones caritativas de la empresa.

2.3. Lo no ético del «marketing por causas sociales»

El caso anterior es un ejemplo de «marketing por causas sociales» (8). A pesar de que «no es oro todo lo que reluce» las posiciones son contradictorias. Según la postura de Milton Friedman -paradigma del mercado- el marketing de causas

(6) La empresa comprueba los efectos de sus productos mediante pruebas indirectas, sin experimentar en animales. Este procedimiento, que no goza de unanimidad entre los investigadores científicos, tiene, sin embargo, el apoyo de organizaciones ecologistas y sociedades protectoras de animales. La industria cosmética se puso en alerta ante los 2,6 millones de firmas recogidas por *Body Shop* en una campaña en contra de la experimentación con animales. Según estiman los organizadores de la iniciativa, la campaña ayudó a evitar que se aprobara una directiva comunitaria ampliando los márgenes en la experimentación animal.

(7) Una de las normas de la empresa es no contratar publicidad ni aceptar promociones comerciales de sus productos. Otra es recortar al máximo los gastos en envases. «Es inmoral comercializar el miedo. Es inmoral el esfuerzo constante por hacer que las mujeres se sientan a disgusto con su propio cuerpo», dice la presidenta refiriéndose a la publicidad de productos de belleza, para su presidenta Roddick, muchos mensajes publicitarios muestran la imagen deslumbrante de una adolescente de 16 años para vender cremas antiarrugas a las mujeres de 40.

(8) Aunque una buena parte de la atención que se ha prestado al marketing por causas sociales ha ido a empresas que se identifican con causas sociales *progresistas*, este mismo fenómeno funciona en cualquier dirección. Algunas organizaciones se identifican con causas sociales *conservadoras*, patrocinando programas de debate y espectáculo de carácter conservador en la televisión o identificándose con posturas concretas, como las del movimiento provida en Estados

sociales, sólo se justificaría cuando maximiza los rendimientos para los accionistas (por tanto si *Body Shop* obtiene beneficios no precisaría de otro motivo para seguir utilizando esta práctica). Otros serían muy suspicaces con la capacidad de los directivos para juzgar las causas sociales y sospecharían de sus motivos cuando los hacen.

Pero el marketing por causas sociales sigue en auge. Algunos dicen que hay que imponer normas más estrictas a las empresas que lo practican. Las empresas que se promocionan como socialmente responsables deben contar, dicen éstos, con un historial impecable. Sin embargo, otros temen la tendencia a criticar preferentemente a empresas que, a su juicio, tratan de hacer lo correcto. Si a las empresas que lo practican se les somete a un examen más estricto que al resto, quizás muchas no se animen a iniciar el camino de la responsabilidad social. Un examen demasiado riguroso de su nivel de cumplimiento de sus exigencias podría tener el efecto perverso de frenar las iniciativas de responsabilidad social. Por tanto, ante el riesgo de una publicidad negativa, las empresas podrían responder no dando a conocer sus programas por causas sociales populares por miedo a la acusación de hipocresía, con lo que los propios programas pueden sufrir las consecuencias.

En cualquier caso los consumidores tienen todo el derecho a seleccionar productos en función de sus preferencias personales y sociales con el único requisito de no ser engañados en sus opciones. De hecho pueden pagar un precio superior al precio de la competencia, o aceptar productos de calidad inferior, a causa de sus preferencias sociales. Se puede intentar convencer a estos consumidores de que no actúan racionalmente, desde la lógica económica, pero se trata de su elección.

El marketing de causas sociales sólo tiene éxito cuando hay suficientes consumidores dispuestos a elegir basándose en sus preferencias ideológicas. Visto así, el marketing de causas sociales es democrático y congruente con la soberanía del consumidor. Más en general, es un ingrediente esencial para que

Unidos. Esta pluralidad de opciones tiene sus límites en la declaración universal de derechos humanos. Así por ejemplo el antisemitismo no sería una base legítima para el marketing de causas sociales. Piénsese, por ejemplo, en el caso del papel «ecológico» que tiene un precio superior. Sin embargo si su uso se generalizara su precio bajaría y por tanto un comportamiento deseable se transformaría en «económicamente» correcto.

funcione un mercado de actitudes éticas en el que los individuos pueden actuar de manera congruente con su forma de pensar. Los consumidores son muy libres de negarse a tratar con empresas que creen faltas de ética y de premiar a otras que consideran un ejemplo moral.

Pero un planteamiento netamente utilitarista del marketing social desde el punto de vista de las empresas que no se encuentre arraigado en convicciones éticas puede derivar a medio plazo a incongruencias que le traicionen en su falsa imagen creada. Así, el engaño en los rasgos sociales del producto lleva a los consumidores a actuar de manera incongruente con valores personales importantes, y a veces muy apreciados, causando el mismo daño que cuando un coche no cumple sus especificaciones técnicas.

En este sentido los medios de comunicación desempeñan un papel especial en el control del marketing de causas sociales puesto que proporcionan la posibilidad de conseguir publicidad gratis. En lugar de las campañas oficiales de publicidad, las empresas que practican el marketing ético consiguen publicidad gracias a notas de prensa, declaraciones públicas y actividades sociales de sus altos ejecutivos. En todo caso los medios de comunicación tienen una obligación especial de asegurarse de que las afirmaciones de las empresas son razonablemente legítimas. El periodismo que cuestiona a las empresas que destacan por su estrategia de marketing de causas sociales es muy saludable. En la mayoría de los casos, un consumidor informado es el mejor medio de asegurar el cumplimiento de los compromisos que las empresas dicen adquirir.

3. El marketing multinivel y la injerencia en la vida privada

Un posible planteamiento inicial para el análisis ético de las organizaciones consistiría en garantizar el cumplimiento de la «declaración universal de los derechos humanos». Algunas organizaciones no pasarían con aprobado este análisis, sobre todo si se «exigiera» el cumplimiento no sólo de la «letra» sino también del «espíritu» particularmente en lo referente al trabajo o al derecho de libertad de expresión. El caso de la injerencia en la vida privada podría parecer lejano a la vida de las empresas pero, profundizando en determinados comportamientos organizativos esta proposición sería al menos cuestionable.

Cada vez más las empresas exigen -de muy diversas formas- que el individuo dé todo de sí, o de otra forma en términos de Etzioni: se integren en las

organizaciones no de forma «remunerativo-utilitaria» sino «normativo-moral». Muchas veces este «darse» implica un sacrificio de la «vida privada». Evidentemente este es un campo donde la autonomía, la libertad y madurez personal del individuo juegan un papel trascendente para no dejarse embaucar. También es cierto que las empresas «maduras» saben que el equilibrio psicológico del individuo puede ser «más rentable» que una dedicación exhaustiva a la empresa, ya que esta última termina pasando factura en forma de comportamiento «patológicamente obsesivo».

Algunas empresas ya han salido a la voz pública por la utilización de procedimiento similares a sistemas «piramidales de venta» y por su comportamiento muy próximo al que practican las «sectas» en la captación de vendedores «proselitistas» (9). Un punto conflictivo sería la utilización de formas sutiles de conseguir un elevado nivel de dedicación no sólo compatible, sino incluso complementario a la «dedicación» que exige la vida familiar. Tal es el caso de las organizaciones dedicadas a la venta directa «puerta a puerta» mediante sistemas que generan no sólo clientes sino también «vendedores» -marketing multinivel (10)-. Según el Wall Street Journal entre un 50% y 60% de todos los

(9) Un caso emblemático es el de *Amway Corporation*. La compañía fue fundada por dos hombres con amplia experiencia en venta directa: Jay Van Andel y Richard De Vos. *Amway* es una de las organizaciones más grandes del mundo de marketing «multinivel», con una cifra de negocios anual de mil quinientos millones de dólares. En 1982, la revista *Fortune* la incluyó entre las diez compañías industriales norteamericanas de crecimiento más rápido. Cerca de un millón de distribuidores independientes ofrecen en más de cuarenta países de Europa, Asia y América cerca de trescientos productos de la marca, y otros cuatro mil, adicionales que integran su catálogo de ventas. En pocos años ha crecido de un pequeño distribuidor de productos para el hogar hasta una organización completa de producción y ventas. Lleva diez años trabajando en España y en los dos primeros ya consiguió más de cinco mil distribuidores.

(10) Está comprobado que el sistema «multinivel» permite a los particulares convertirse, con una inversión mínima, en vendedores y propietarios de su negocio. Para evitar el porcentaje de rechazos de la venta domiciliaria, o puerta a puerta, se opera a través de los contactos personales y se anima a otras personas a hacer lo mismo. Generalmente, esta fuente de ingresos aparece como una posibilidad complementaria al trabajo estable, pero sus ganancias pueden hacer alcanzar la independencia económica. Bajo este punto de vista, se estima que cada vendedor potencial dispone de su propio círculo de amigos y allegados, de los cuales escoge a quienes deseen poseer los productos sin tener que trasladarse para conseguirlos. El vendedor potencial paga una pequeña cuota de entrada y compra los productos a precio de mayorista, aunque sean pequeñas cantidades. Luego los vende a precio de minorista y, al mismo tiempo, se encarga de promocionar el concepto de venta para captar subdistribuidores y establecer una red.

productos y servicios vendidos en Estados Unidos se comercializarán, en la próxima década mediante este sistema de marketing.

El sector de la venta directa (11), dentro del cual se utiliza este sistema «multi-nivel», está sometido a numerosas situaciones en donde las cuestiones éticas se convierten en protagonistas de los procesos (12). Nosotros vamos a referirnos no a la relación vendedor-cliente (13), sino a una situación potencialmente conflictiva en el ámbito del binomio «organización-vendedor» y dejando a un lado aspectos positivos de esta relación como el apoyo al trabajo de sus distribuidores con cursillos de entrenamiento, literatura específica y material promocional de diverso tipo, proporcionándoles igualmente asesoría legal y

(11) El inicio de esta actividad en nuestro país se remonta a los años veinte, pero es a partir de los años sesenta y setenta cuando se produce su implantación, desarrollo y popularización. En el año 1975, un grupo de empresas sintió la necesidad de agruparse con el compromiso de desarrollar los sistemas de venta domiciliaria para garantizar el cumplimiento de los derechos que asisten al consumidor. De esta forma y con objetivos generales se fundó en dicho año la Asociación de Empresas de Venta Directa. Desde la fundación de la Asociación se establecieron unos principios de actuación, los cuales, definen la línea filosófica y de actuación que debe presidir por la gestión comercial de cualquier empresa de venta domiciliaria española que desee pertenecer a dicha Asociación. A continuación expondremos algunas de las magnitudes más relevantes de las empresas que componen la Asociación, en su conjunto, referidas al periodo comprendido entre los años 1985 y 1992:

a) Empresas. El número de empresas que componían la Asociación en el año 1985 era de 11. En la actualidad la componen 18.

b) Cifra total de venta. El crecimiento ha sido espectacular, pues se ha pasado de 34.408.693.685 pesetas en 1985, a 118.243.424.381 pesetas en el año 1992, es decir se ha producido un incremento de un 343,64 por 100, mientras el número de empresas creció un 163,63 por 100.

c) Personal de ventas «independiente», se ha incrementado entre el año 1985 y el año 1992 en un 141,36 por 100; es decir, ha pasado de 81,380 vendedores a 115,042.

d) Porcentaje de hombres y mujeres en la red de ventas. La red de ventas estaba compuesta en el año 1985 por un 8 por 100 de hombres y por un 92 por 100 de mujeres. Mientras que en 1992, el 6,5 por 100 de los vendedores eran hombres frente al 93,5 por 100 que eran mujeres.

(12) La Asociación aprobó en el año 1981 un Código de Ética, que se impuso voluntariamente a sí misma, en el que se establecen los siete principios prácticos que debe observar las empresas de la Asociación en su contacto diario con los consumidores: Oferta del producto a su servicio, identificación del vendedor, publicidad, pedidos y contratos, garantía, derecho de revocación y reclamaciones.

(13) En el ámbito de las relaciones «vendedor-cliente» estos sistemas, en la mayoría de las ocasiones plantean unas relaciones bastante diáfanas. Las empresas de venta directa incluyen la garantía de satisfacción o la devolución del dinero.

control de calidad del servicio.

El aspecto conflictivo se pone de manifiesto en uno de los argumentos utilizados -y que puede constatarse en videos divulgativos en donde se intenta promover la «bondad» del sistema- consistente en proponer como posible campo de venta -sea como «consumidor final del producto» o como «vendedor» (auspiciador)- la utilización de la vida privada -familiar y de amistades- como una oportunidad donde vender productos que le permitirán «hacerse rico rapidamente (14) y con la ventaja de ser una actividad adicional al trabajo que Vd. realice». Para hacernos una idea del matiz «familiar» de estos sistemas de venta un dato: en el caso de la compañía *Amway* el setenta y cinco por ciento de sus distribuidores son equipos de marido y mujer.

Muchos de los «engañados» han visto deterioradas sus relaciones con parientes y amigos a velocidad de vértigo, y han fracasado en su trabajo -pues pensaban que ésta era la oportunidad de su vida- al tropezar con un mercado saturado donde la posibilidad de vender productos puerta a puerta era muy reducida.

Desde el punto de vista ético este comportamiento es cuestionable porque se confunden los lazos familiares y amistosos con vínculos comerciales, lo que supone un grave daño para aquél tipo de relaciones. Puede objetarse que, si se venden y ofrecen productos de calidad «todos salen ganando»: ¿por qué no hacer partícipes de este beneficio a nuestros familiares y amigos?; ¿por qué esta conducta no puede considerarse en el código ético de la empresa como una forma de demostrar que los intereses personales de sus vendedores prevalecen sobre los objetivos corporativos? En todo caso, cuando la venta se orienta hacia un familiar o amigo, habría que advertir cuál es la motivación sincera no sólo con palabras, sino también con hechos, con objeto de que los familiares a los cuales se les ofrece el producto no realicen la compra por compromiso sino por un convencimiento real de lo que compran.

(14) Los datos avalan la hipótesis de enriquecimiento rápido. De acuerdo con el ranking realizado por una revista económica, en 1984 existían quinientos mil millonarios en los Estados Unidos, de los que un veinte por ciento habían consolidado su fortuna en los últimos seis años gracias al marketing «multinivel».

4. Los medios de promoción en el marketing farmacéutico

Los productos farmacéuticos se caracterizan, entre otros rasgos, por ir precedidos por una elevada inversión en investigación que es preciso amortizar a largo plazo. Dicha investigación puede haber supuesto multitud de experimentos fallidos a lo largo de muchos años en los que se han utilizado considerables recursos humanos y materiales. Puesto que los canales de promoción masivos -tv, prensa, radio, correo,...- resultan indiscriminados, la atención se centra en sus potenciales «puntos de venta multiplicadores»: los médicos. Si el médico se convence de la bondad del fármaco lo prescribirá a sus pacientes. Por eso el marketing y la promoción del producto se centrarán en «presionar» al médico, máxime cuando un determinado principio activo es utilizado bajo diversas marcas potenciales (15). Los medios de presión son múltiples. Entre otras estrategias pueden destacarse las siguientes:

- 1º Información indirecta mediante «mailings» selectivos.
- 2º Información directa de los «visitadores-médicos» sobre las cualidades del fármaco.
- 3º Invitación a congresos de su especialidad donde el viaje puede constituir un pretexto, pues sus fines son esencialmente más recreativos que profesionales.
- 4º Invitación del médico a participar en investigaciones sobre la eficacia del producto en la que se gratifica dicha participación con determinados «regalos» generalmente en especie.
- 5º Regalos en «especie» sin conexión alguna con servicios que el facultativo preste a la empresa farmacéutica.

No hay nada que objetar al primer y segundo sistema. Los problemas éticos se centran en los tres últimos, en lo referente tanto a la conducta profesional del médico -con lo que habría que remitirse a su código deontológico, aspecto que escapa del objeto de este trabajo- como al sistema de promoción de la compañía médica.

Nos parece más que dudoso, y de difícil argumentación, la validez ética del quinto comportamiento. ¿Qué justificación tiene profesionalmente hablando? El

(15) Resulta curioso las oscilaciones de precios entre productos farmacéuticos con un mismo principio activo. Sirva como ejemplo el caso del analgésico diclofenaco sódico en el que las diferencias de marca pueden suponer un aumento del precio de hasta el 50%.

tercer y cuarto sistema nos plantean también serios inconvenientes. Bastaría con trasladarnos a otro ámbito profesional para poner de manifiesto las dificultades éticas que se traslucen en estos sistemas: ¿debería admitir un profesor el regalo del padre de un alumno? ¿debería aceptarlo aunque fuese fruto de una relación profesional? ¿debería aceptar una relación profesional? ¿debería aceptar una invitación a realizar un viaje aunque estuviese relacionado con la actividad de dicho profesional? Todos estos interrogantes nos suscitan al menos la duda indicándonos que nos encontramos ante ciertas «tinieblas» en el ámbito ético.

Ante la existencia de estos sistemas tendrían que considerarse por un lado, las posibilidades del médico para realizar conductas alternativas -recetar sólo principios activos trasladando al farmacéutico la presión de la marca- y, por otro, la actitud de la compañía que debería clarificar sus posturas cuando recurre a los profesionales para vender mejor su producto o para utilizar sus servicios -cuarta estrategia-.

5. El marketing y los abusos con la informática

El uso de la informática puede reportar múltiples beneficios al ciudadano pero su mal uso, o abuso, puede suponer daños en relación con los llamados derechos humanos de «tercera generación». Así, la Constitución Española, junto a los precedentes trazados por el moderno constitucionalismo, exigió al legislador que garantizase el honor y la intimidad personal y familiar de los ciudadanos y el pleno ejercicio de sus derechos, que entre otros aspectos, pueden ser vulnerados precisamente con el uso de la informática.

La progresiva e imparable implantación de la informática ha invadido todas las esferas sociales afectando a las relaciones laborales, al ámbito de actuación de las entidades crediticias y financieras y al mundo de los medios de comunicación, llegando a romper las fronteras de la intimidad, traspasando con asombrosa facilidad los límites tradicionalmente establecidos.

En efecto, los más diversos datos -sobre la infancia, sobre la vida académica, profesional o laboral, sobre los hábitos de vida y consumo, sobre el uso del denominado dinero plástico, sobre las relaciones personales o, incluso, sobre las creencias religiosas e ideológicas, por poner sólo algunos ejemplos- podrían ser compilados y obtenidos sin dificultad.

El conocimiento ordenado de estos datos puede dibujar un determinado perfil

de cada persona o condicionar una determinada reputación o fama que es, en definitiva, expresión del honor -por ejemplo, capacidad de pago a crédito-. Este perfil, sin duda, puede ser luego valorado favorablemente o desfavorablemente para las actividades más diversas entre las que destacan la elaboración de campañas de marketing a «clientes tipo», la venta por correo y el telemarketing, entre otros, y que pueden considerarse como sectores en auge (16).

Los problemas éticos en este ámbito podemos centrarlos en dos cuestiones: al elaborar una base de datos, ¿qué datos se incorporan? ¿cómo se obtienen esos datos?. La guía telefónica podría ser un medio legítimo para obtener datos -lo que supondría elaborar una base extensa pero muy poco discriminante-. Pero ¿qué ocurre si se utilizan procedimientos indirectos en los que no se pide autorización para su uso, y mucho menos, para la cesión de determinados datos? Baste citar la existencia de la «Lista Robinson» para aquellos que no quieren recibir publicidad como botón de muestra de lo que supone este problema (17).

Como era de suponer, existe un numeroso grupo de empresas dedicadas a la prestación de servicios, principalmente, cuyo ámbito de actuación se concreta en conseguir la mayor cantidad posible de referencias privadas para posteriormente comercializarlas, y cuya conducta -a veces delictiva- es actualmente difícil de perseguir y evitar.

Nuestros legisladores han elaborado la Ley Orgánica 5/1992, de 29 de octubre, que regula el tratamiento automatizado de los datos de carácter personal (en vigor el 29 de enero de 1993). Según el preámbulo de la ley, los derechos de acceso a los datos, de rectificación y cancelación constituyen las piezas centrales del sistema cautelar o preventivo instaurado por la Ley.

(16) El sector de marketing directo prevé facturar este año alrededor del 5,4% más que en 1995, cuando facturó unos 290.800 millones. El subsector de la venta por correo sobrepasó los 90.000 millones de pesetas y el marketing telefónico 15.000 millones. La inversión de marketing directo ascendió a 289.700 millones en 1995.

(17) Más de 9.000 consumidores españoles se han apuntado a la Lista Robinson. Se trata de un sistema informático en el que pueden registrarse gratuitamente todos los consumidores que no desean recibir publicidad a través del correo. En poco más de tres años, a la lista se han añadido 8.300 españoles más. Del total, el 80% son ecologistas que rechazan el uso abusivo del papel para publicidad y el resto, el 20%, corresponde a las personas que no desean que se utilice su nombre y dirección en ningún registro empresarial. En el lado opuesto, solo 600 consumidores solicitan recibir más publicidad y más especializada. Para ello se registran en un lista denominada *Lista de Preferencia*.

Lo más significativo de la ley radica en la diferencia de trato otorgada a los ficheros de titularidad pública -en registros de este carácter- y a los de titularidad privada. Los ficheros públicos gozan de una mayor permisividad en cuanto a la obtención, conservación y cesión de datos, mientras los privados están sometidos a un régimen más estricto que garantiza suficientemente los derechos de los afectados.

La ley hace una diferencia entre datos ultrasensibles y los meramente sensibles. Los primeros se refieren a la ideología, religión y creencias, y los segundos al origen racial, a la salud y a la vida sexual, permitiendo la recogida, tratamiento, automatización y cesión de estos últimos por razones de interés general o cuando disponga una ley (artículo 7), en cuyo caso se despoja al individuo de la custodia exclusiva y cesión voluntaria de estos datos.

La Agencia de Protección de Datos, organismo encargado de vigilar la inviolabilidad de los datos de carácter personal tratados con herramientas informáticas (18), no tiene una tarea fácil para la persecución del delito, máxime cuando surge el contraste con las normativas europeas relativas a la protección de las personas físicas a este respecto, que aunque impongan niveles de protección a los ciudadanos equiparables a las españolas, resultan menos rigurosas en el espíritu, por cuanto que la tendencia es no sólo permitir, sino eliminar obstáculos a la libre circulación de datos personales, en la confianza de que cada estado comunitario queda obligado por sí mismo a tutelar fehaciente y eficientemente la confidencialidad de los ficheros (19).

(18) Las primeras actividades controladas por la agencia española son las salas de juego y los casinos, donde se obtienen datos susceptibles necesarios para la propia seguridad del local, por razones elementales, y los organismos públicos que someten a control de acceso a los visitantes, práctica que empieza a hacerse frecuente también en empresas privadas. Los datos que se obtienen, habitualmente junto con el nombre, el número del DNI, el empleo y el cargo que desempeña, etcétera, son especialmente apetecibles para las empresas prestatarias de servicios, que pagan sumas importantes por la obtención de esos ficheros, por lo que es importante controlar su posible difusión. Para tal fin, la Agencia de Protección de Datos ha establecido un régimen de obligado cumplimiento dirigido especialmente a las empresas de seguridad, como responsable de la custodia de los ficheros de datos elaborados a partir del control de accesos a los edificios, y a las sociedades explotadoras de salas de juego.

(19) La norma emanada de la LORTAD sobre movimiento internacional de datos es explícita sobre la prohibición de realizar transferencias de informaciones de carácter personal que hayan sido tratadas automáticamente o que hayan sido sometidas ulteriormente a dicho tratamiento, en

6. Sistemas de marketing «agresivos» en el ámbito turístico

Las inversiones inmobiliarias exigen una rentabilización que ha provocado la utilización de sistemas de marketing muy agresivos. Tal es el caso de la multipropiedad. La propiedad compartida de un inmueble supone un mayor aprovechamiento de la inversión realizada por las empresas inmobiliarias. La estacionalidad del periodo vacacional condiciona la saturación en determinadas épocas y la infrautilización en otras. No hay nada que objetar ante la finalidad de este tipo de inversión inmobiliaria que de alguna forma intenta paliar ciertos inconvenientes -estacionalización, infrautilización, etc.- de este negocio en otros ámbitos del mismo.

El problema ha surgido de los sistemas de marketing «agresivos» para la captación de clientes potenciales -multipropietarios-. Son innumerables las personas que han sido literalmente «bombardeadas» con publicidad engañosa, no tanto por lo que significa la multipropiedad, sino por su reclamo: un «premio seguro obtenido» cuyas características reales distan de las ofrecidas en los folletos de propaganda. El gancho publicitario, la presión ejercida en los «actos de promoción» de los productos que prácticamente obligaba a decidirse en condiciones no óptimas (20), y la dudosa obtención de datos sobre posibles «clientes» han desprestigiado el objeto empresarial situándolo a nivel de estafa. Precisamente el atemperamiento y la depuración de estas técnicas tan agresivas puede considerarse como uno de los factores de la mejora de este tipo de negocios en España (21).

principio a países que no posean el índice de protección adecuado o al menos similar al conferido en España, con excepción de aquellos previamente autorizados por la Agencia de Protección de Datos. Obviamente, la ley también establece sanciones contra su incumplimiento, que pueden llegar a multas de 100 millones de pesetas, en los casos más graves, y que están reservadas a aquellas entidades o compañías que cedan ficheros, temporales o definitivos, con destino a países terceros sin la autorización del organismo competente, en función tanto del volumen de la transferencia como de la naturaleza de los derechos personales afectados, la intencionalidad o la reiteración del hecho delictivo.

(20) La directiva comunitaria es estricta para los vendedores de multipropiedad y da un periodo de reflexión a los compradores de diez días, tiempo que tienen para decidir sin coste económico, si quieren romper el contrato firmado. Una idea similar se recoge en el borrador del anteproyecto de ley de Justicia, que prevé incluso que no se admitan depósitos hasta pasado el periodo de reflexión.

(21) En 1982, sólo 55.000 familias de todo el mundo confiaron en esta fórmula por la que se obtiene lo derechos de propiedad de un complejo por un periodo de tiempo. Hoy ya existen tres millones. España se ha convertido en el primer país de Europa que atiende mayor número de

Otro caso de «agresividad comercial» con cierta conexión en el sector turístico, y que igualmente ha provocado innumerables quejas de los consumidores -sobre todo en el segmento de la tercera edad- han sido las jornadas turísticas a bajo precio que incluyen un acto promocional del producto. Los folletos publicitarios deben actuar con la fuerza de un contrato: la empresa adquiere el compromiso de cumplirlos. Y en muchos casos la excepción de incumplimiento ha superado a la regla general. El resultado ha sido el desprestigio del sistema, del producto y de las agencias de viajes que se prestaban a ofrecer sus servicios en el proceso de estas campañas.

Desde un «paradigma utilitarista» de la dimensión ética se pone de manifiesto en ambos casos como los sistemas de márketing «agresivos» preocupados por la obtención de una rentabilidad a corto plazo, agotan el sistema, desprestigian la profesión comercial, crean imágenes deterioradas de otras empresas que si cumplen adecuadamente sus compromisos comerciales y promocionales, y en definitiva, producen efectos negativos a largo plazo para las empresas, para los sistemas y para los productos o servicios.

7. La publicidad engañosa de los «productos milagro»

Las sociedades occidentales han desarrollado y propiciado, sobre todo mediante los medios de comunicación de masas, no sólo modelos de conducta -generalmente orientada al consumo-, sino también prototipos estéticos de hombres y de mujeres. Los modelos de conducta «típicos» han causado a su vez también dolencias y enfermedades «comunes». Alguna de ellas han sido tomadas muy en serio como retos para la investigación científica. Tal es el caso de la hipertensión, el colesterol y las dolencias gastrointestinales (22).

complejos turísticos de multipropiedad, un total de 407, es decir un 36% de los existentes en Europa (1.118). En 1995 se vendieron en España cerca de 150.000 semanas de tiempo compartido frente a las 85.000 semanas de 1994, y las 60 empresas del sector facturaron 65.000 millones. Los cambios estratégicos en las fórmulas de venta han ido mejorando este sistema que registra más de 51.214 copropietarios españoles, después del Reino Unido, Italia y Francia con 286.259, 56.986 y 54.259 titulares respectivamente. El mecanismo está a la espera de obtener la regulación legal prevista en España para 1997. (*Expansión*, 20-5-96).

(22) Al respecto puede verse A. LÓPEZ CABALLERO (1994), «Las enfermedades de la gran ciudad», *Revista de Fomento Social*, Enero-Marzo, pp.109-126.

Sin embargo, y de forma paralela, han surgido determinados productos «milagro» en el ámbito de la salud que prometen efectos beneficiosos «múltiples» con remedios muy sencillos y aparentemente asequibles (23). Si en la edad media la «piedra filosofal» era el remedio ideal para convertirse en rico sin tener que robar, en la edad postmoderna -en las sociedades de consumo- «adelgazar sin esfuerzo», «dormir sin esfuerzo»... se han convertido en móviles de muchos consumidores que desean estar «adaptados» a la sociedad en que viven. Paradójicamente la «piedra filosofal» la han encontrado las empresas que se dedican a paliar «milagrosamente» estas necesidades pues según estimaciones su volumen en España ronda los 15.000 millones de pesetas anuales. Existen una serie de características comunes a todos estos productos «milagro»:

1. Utilizan generalmente como medio de promoción la televisión y las revistas denominadas del «corazón». El producto sólo se conoce por fotografías e imágenes transmitidas con refuerzos sobre la incuestionabilidad de los milagrosos efectos de dicho producto.
2. Los sistemas de ventas y distribución suelen conducir a equívocos potenciando en algunos casos la imagen de productos «científicamente probados» como los farmacéuticos. Entre otros cabe destacar la venta en farmacias, tiendas de nutrición, herbolarios o incluso los mandan a los domicilios particulares contrarreembolso (práctica absolutamente prohibida en la adquisición de todos los productos que se ingieren).
3. Se les rodea en los mensajes publicitarios con un «argot» pseudo-científico

(23) Algunos ejemplos: los tratamientos adelgazantes, donde prometen al comprador que eliminar kilos apenas sin esfuerzo; el alivio, curación o mejora de enfermedades crónicas, entre otras la artrosis, la artritis o el reuma, gracias al magnetismo; la desaparición del estrés, el insomnio o las enfermedades nerviosas por medio de la emisión de ondas de baja frecuencia o incluso la recuperación de la juventud, a través de cremas, lociones y complejos vitamínicos y minerales. Los productos adelgazantes -entre los que podemos encontrar un segmento importante de «productos milagro»- ha generado un mercado que supera los 7.000 millones de pesetas anuales pero el exceso de oferta en estos momentos ha llevado a una saturación del mercado y un importante parón que están acusando muchas empresas. La mayor parte del mercado está en manos de los productos homeopáticos y de herbolario con un 57,7%, seguidos de las píldoras milagrosas -18,5%-, los sustitutivos de la comida (*Bioamanán, Delphi...*) -13,3%-; -9,2%-; y por último, los medicamentos de prescripción con un 3,3%. Curiosamente, los medicamentos contra la obesidad son los menos vendidos, por sus efectos secundarios (Fuente: Suplemento «Negocios», *El País*, 28-7-96, p.9).

- y con testimonios de supuestos beneficiarios de las ventajas de dichos productos.
4. A pesar de no haber pasado los rigurosos controles a que son sometidos los medicamentos, se comercializan como si lo fuesen (24).
 5. El precio (25) es lo suficientemente bajo para que en caso de no producir los efectos deseados el cliente desista de dedicar esfuerzos a reclamar las «supuestas» garantías que el producto ofrece, y lo suficientemente alto, para que el cliente experimente que compra algo que si produjese dichos efectos de una forma tan rápida merecería la pena arriesgar dichos recursos. El dicho popular «por probar nada se pierde» constituye un motivo nada desdeñable en la decisión de compra de sus posibles consumidores.
 6. El sistema de garantías está ausente por la naturaleza del producto -si se ingiere no se puede devolver- o muy debilitado por la necesidad de constatar sus efectos a lo largo del tiempo.
 7. Se aprovechan de la impunidad ante los controles de la Administración. Esta asegura que no es posible retirar rápidamente estos productos del mercado porque al ser tan numerosos -entre otras razones por la facilidad para ponerlos en circulación (26)- no se puede hacer el seguimiento de todos ellos. Por otro lado, consideran que el delito que cometen mayoritariamente

(24) Según establece la ley, las medicinas y los productos sanitarios deben estar inscritos en un sistema de registro y control para demostrar previamente a la Administración que cuentan con las propiedades para prevenir, diagnosticar, aliviar, tratar o curar enfermedades o dolencias o para afectar a funciones corporales o al estado mental. El control previo sanitario que se hace de la publicidad de los medicamentos queda patente por la siglas C.P.S. que, acompañadas del número correspondiente a la autorización de dicha publicidad, deben aparecer siempre en los anuncios, tanto en publicaciones como en televisión.

(25) Además el precio, al contrario que los medicamentos que lo tienen fijado por ley, es variable de un establecimiento a otro.

(26) Para registrar los productos de dermofarmacia y nutrifarmacia, por ejemplo, basta con notificarlo a las autoridades sanitarias de la comunidad autónoma donde la empresa tenga su domicilio social. Pero el hecho de estar inscrito en el registro no garantiza la eficacia de las indicaciones efectuadas por el responsable del producto en la publicidad. Existe un proyecto de real decreto enviado por el Ministerio de Sanidad al Consejo de Estado en el que se prevé específicamente la necesidad del visto bueno de las autoridades sanitarias. El proyecto prohíbe también a los profesionales sanitarios amparar cualquier publicidad relacionada con este tipo de productos e impide a los medios de comunicación admitir anuncios que contravengan estas limitaciones.

no es contra la salud pública, lo que en teoría supondría su retirada inmediata del mercado, sino fundamentalmente contra el bolsillo de la gente.

Los «productos milagro» son el paradigma de la utilización de «expectativas» -mejorar rápidamente la imagen o la salud- como objeto de negocio. En el ámbito del marketing, y dejando a un lado las cuestiones estrictamente legales (27) y sus repercusiones reales sobre la salud (28), son éticamente cuestionables por sus mensajes publicitarios con promesas incumplibles en la mayoría de los casos, y por la utilización de sistemas de distribución y garantías con una finalidad, al menos latente, de dificultar, distraer, y limitar la posibilidad de elección por parte del consumidor. Otra vertiente interesante sería cuestionar «éticamente» a las cadenas de televisión o los medios de prensa que posibilitan y constituyen el medio fundamental para la promoción de estos productos. ¿No tienen una responsabilidad ética ante los televidentes?.

8. El «product placement»

La técnica de mostrar determinadas marcas en series televisivas o telefilmes no es novedosa (29). Son las marcas que más invierten en publicidad directa las

(27) En España ya está tipificado como delito en el nuevo Código Penal con penas de multa y hasta prisión de seis meses a un año, por publicidad engañosa.

(28) Uno de los ejemplos más polémicos es el de *Diecur*, un adelgazante muy promocionado, y que ha sido denunciado por OCU y UCE. Es un producto dietético que no puede promocionarse como adelgazante y que, además, por su contenido (el *algafucus vesiculosus*) puede llegar a producir alteraciones del metabolismo tiroideo, según los especialistas. El fenómeno está alcanzado tales dimensiones en toda Europa que el Consejo de Ministros Europeos de Consumo ya ha tomado cartas en el asunto. De momento, se ha pedido a la Comisión Europea que elabore un informe sobre estos productos en la Unión Europea que tiene que estar finalizado antes del 1 de noviembre de 1996 (*El Mundo*, 27-1-1996).

(29) Determinar el momento exacto en que el *product placement* irrumpió en el mundo de la publicidad es bastante difícil. Pero el tópico es citar la película *E. T. el extraterrestre* como su punto álgido, cuando se ofreció a la casa *Mars* situar sus chocolatinas *M&M's* en uno de los momentos clave de la película. Rechazaron la oferta, pero no así su competidor, *Hershey's*, que vio subir un 65% las ventas de sus chocolatinas *Reece's Pieces* tras el estreno en EE.UU. Pero si retrocedemos más en el tiempo, encontramos numerosos ejemplos: la omnipresente botella de *J&B* en todas las películas de gánsters y espías rodadas en Europa en los años 60; los relojes *Seiko* y el automóvil *Lotus* utilizados por James Bond (Roger Moore) en los 70... Incluso las cadenas televisivas utilizan los programas para promocionar nuevos programas de la cadena de forma más o menos encubierta (entrevistas a protagonistas, por ejemplo).

que más se benefician del «product placement». Además los nuevos medios de comunicación y promoción cultural abren camino a nuevas vías para la promoción publicitaria. Los juegos de ordenador son uno de los casos más flagrantes, especialmente en las pistas virtuales de motociclismo o Fórmula 1, donde hay abundante espacio para insertar vallas publicitarias con marcas reales. El mundo de los best-seller está siendo también invadido por esta técnica, con autores cobrando a cambio de situar productos en medio de su prosa. También en el mundo del cómic están comenzando a hacer convivir a sus superhéroes con marcas variadas.

Para unos, son un ejemplo de la indefensión del consumidor ante las estrategias comerciales puesto que se confunde ocio, información y publicidad, y ésta debería diferenciarse claramente. Para otros, niegan que se trata de publicidad encubierta sino complementaria, que aporta «realismo», que supone un abaratamiento de los costes de producción de series televisivas y películas (30), pero mantienen un secreto absoluto sobre sus tarifas.

Un posible motivo de tal secretismo es su flexibilidad: se negocian paquetes, intercambios, o una cantidad fija a la que se añade un plus por el número de apariciones. Además, hay distintas categorías: presencia del producto, manejo o mención del mismo por los actores... En el caso del cine las tarifas dependen del tiempo que el producto aparece en pantalla, de si lo usa un protagonista o un actor secundario, o de las veces que se puede ver. Uno de los factores determinantes es la cantidad de espectadores estimados (31). Los profesionales de la publicidad examinan exhaustivamente los guiones en busca de los posibles emplazamientos para cada marca. No se trata sólo de que aparezca, sino de en qué momento. Sin embargo, la aparición del producto no está garantizada por el hecho de que se incluya en una escena del rodaje. Durante el montaje de la película, el director elimina todas las escenas innecesarias, aun en el caso de que

(30) Una serie española tiene un coste medio de 40 millones por capítulo. El «product placement» puede abaratar entre el 5 y el 7%. Como las series se suelen producir por bloques de 13 capítulos, el ahorro total rondaría los 26 millones.

(31) Una película norteamericana corriente puede ser vista por unos 300 millones de personas en sus distintas fases de difusión: cines, vídeo, emisión televisiva por cable, emisión televisiva en abierto... Pero en el caso de los éxitos de taquilla la cifra puede elevarse a mil millones. Lógicamente, estos condicionantes dificultan crear unas tarifas fijas, pero se puede establecer que colocar un producto en una película norteamericana cuesta entre 2 y 15 millones de pesetas.

incluyan publicidad. De todos modos, no siempre la aparición de un marca en una película es consecuencia de un acuerdo comercial.

Un comportamiento transparente exigiría poner de manifiesto la existencia de acuerdos comerciales -en los títulos finales por ejemplo- indicando de esta forma la intencionalidad para no confundir al espectador. La ambigüedad del mensaje publicitario en estos procedimientos podría rozar cierto carácter «subliminal».

9. La venta por un valor inferior al precio de coste

Los consumidores acuden en masa a comprar a las grandes superficies, atraídos por las ofertas «gancho» que anuncian centradas sobre todo en productos de alimentación y droguería. La intención de comprar dichos productos se amplía hacia otros que por supuesto no entraban dentro de la lista de compra. El ahorro previsto se transforma en un posible aumento del gasto para el consumidor. El consumismo tiene que controlarlo el propio adquirente de los productos. Pero el sistema de márketing con la venta de productos por debajo de su precio de coste, fenómeno recogido por la dificultosa (32) Ley de Competencia Desleal y prohibida expresamente por el artículo 14 de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista, tiene como última finalidad el propiciar un comportamiento consumista.

La estrategia de esta técnica comercial fue estudiada en Estados Unidos en

(32) Una prueba evidente de la dificultad que la Ley de Competencia Desleal ofrece para denunciar la existencia de una venta con pérdidas la reflejan las resoluciones dispares de tres jueces frente al mismo hecho: durante la campaña de Navidad de 1993-94, las grandes superficies echaron un pulso a los pequeños comercios reduciendo el precio de los juguetes por debajo del que podían conseguir las tiendas de los propios fabricantes. La Confederación de Comercio de Cataluña trasladó a los tribunales el conflicto con tres demandas contra *Hipercon*, *Alcampo* y *Continente*. El Parlamento en esta ocasión fue más rápido y tramitó la nueva Ley de Comercio Minorista mucho antes que los jueces se pronunciaran sobre estos pleitos. En el caso de *Hipercon* aunque se reconoce la existencia de venta por debajo del coste, no se la considera desleal: «La fijación de los precios es libre, pudiendo los jugueteros hacer lo mismo: fijar un precio bajo en determinados juguetes para captar clientes», sentencia el juez. (Ver *Expansión* del 14 de febrero de 1996). El juez de *Alcampo*, cuya sentencia ha sido recurrida, sentenció por el contrario que «se puede inducir a error a los consumidores respecto al nivel de precios de otros productos o servicios del mismo establecimiento». Finalmente, el Juzgado de Primera Instancia de Badalona desestimó la demanda contra *Continente*, por no constar que la venta de los juguetes se realizara por debajo del coste de los mismos.

la década de los años sesenta, dentro de unos seminarios organizados por la *National Cash Register Company*. Entonces se comprobó que el 85% de los consumidores conoce sólo el precio de diez artículos, y únicamente el 15% es capaz de recordar cuarentaicinco precios.

En la medida en que una gran superficie tiene más de 10.000 artículos, su imagen del precio general se va a formar tan sólo a partir de esos diez o cuarenta y cinco precios a los cuales se tiene capacidad de recordar. Si se reducen los márgenes en dichos productos y se elevan los de otros para compensar (33).

Las grandes superficies son las más proclives a la utilización de tales prácticas (34). La táctica por tanto es muy simple. Se seleccionan diariamente diez de estas referencias -que suponen un porcentaje ínfimo en las transacciones de las grandes superficies-, se ponen a la venta a un precio más bajo que el de mercado y se divulga la oferta. Al final, el cliente se hace a la idea de que esa tienda es barata en general. Los beneficios tanto económicos como de imagen son evidentes (35).

Además del evidente engaño al consumidor, la venta a pérdidas daña la imagen de la marca y confunde al consumidor con respecto a ella y con respecto al nivel de carestía global del establecimiento en donde adquiere el producto. En los casos en los que un fabricante se ha creado un prestigio por precio, la devaluación del producto destroza inevitablemente la marca. Por otra parte, esta estrategia daña también gravemente a los comerciantes que no pueden permitirse la venta a pérdidas -competencia desleal-, a los que se crea una imagen de establecimiento caro.

El contraargumento de los establecimientos que utilizan estas prácticas es

(33) El experto que impartía este seminario era el puertorriqueño Bernardo Trujillo. La eficacia de este sistema de marketing quedaba demostrada con estas cifras -según cálculos de Trujillo-: una rebaja del 50% en el precio de diez artículos puede hacer subir las ventas de los otros productos en un 200%.

(34) Como puntualiza la Asociación para la Reforma de la Distribución Española (ARDE), utilizan estas técnicas aquellos establecimientos que tienen más capacidad para publicitar sus productos, es decir, las grandes multinacionales de la distribución.

(35) Desde La Unica, la Asociación Madrileña de Empresarios de Alimentación, cuyos socios están pensando en interponer cincuenta denuncias contra *Pryca*, *Continente*, *Alcampo* y *Eroski* por realizar venta a pérdidas, se considera también que los beneficios para las empresas son importantes. «Cuanto más grande es el establecimiento, más productos compran los clientes. Si una persona hace una compra de 25.000 pesetas en un hipermercado, 3.000 se las gasta en productos vendidos a pérdidas, pero el resto lo emplea en otros artículos».

contundente: la venta a pérdidas no existe, pueden vender mejor simplemente porque saben comprar mejor, además esta práctica no sólo es común en el sector de la distribución. Sin embargo cuando es un sistema existen tantos grupos afectados conviene ponerla en entredicho.

10. A modo de conclusión: la necesidad de un análisis ético de los sistemas de marketing

Obviamente este racimo de problemás no ha sido exhaustivo. Sólo ha pretendido mostrar algunos casos que de hecho distorsionan la labor en este proceso esencial en el desarrollo de cualquier empresa. Estos problemas admiten un tratamiento tanto desde un punto de vista de los valores en juego -el respeto a los protagonistas del marketing: los vendedores y los clientes- como desde otro más utilitarista: cuando un sistema de marketing es cuestionable éticamente los beneficios a corto plazo pueden no compensar con las pérdidas a largo plazo.

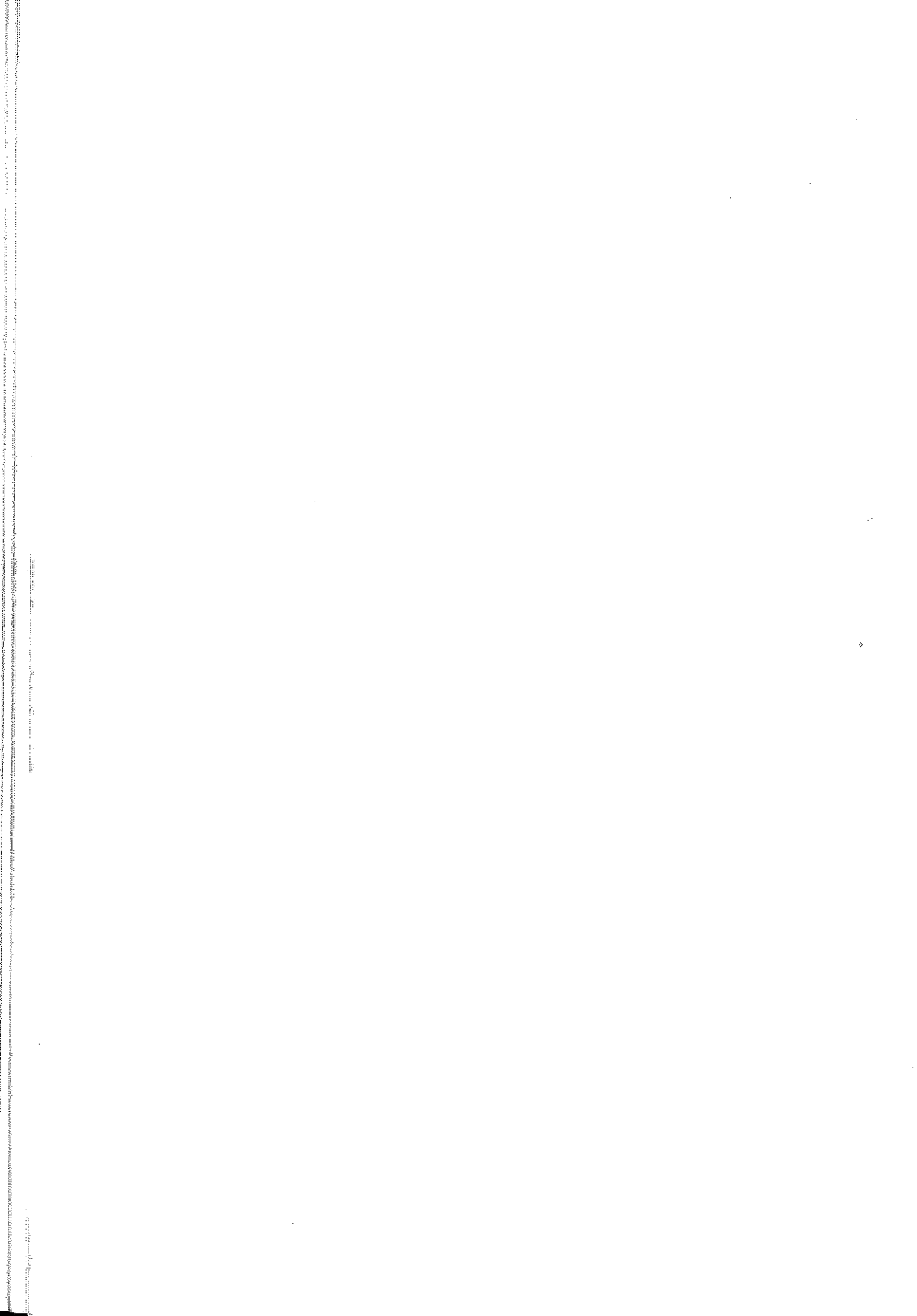
Todo ello pone de manifiesto que la respuesta del mercado a corto plazo no es un indicador suficiente para la validez de un sistema de marketing. Un análisis ético puede aportar elementos relevantes que pongan en evidencia carencias que pueden convertirse en hechos contraproducentes en un futuro. En el sistema empresa tan importantes son los «procesos» como los «productos». Y un producto es válidamente ético cuando su proceso tanto técnico como comercial responde de unos valores éticamente responsables con la sociedad a la cual va dirigido.

Esta actitud organizativa ante la cuestión ética no se improvisa, mas bien consideramos que sería una consecuencia de la *madurez ética* de la organización *-postconvencional* en términos de Kohlberg-. Se trataría de algo natural para aquellas organizaciones en donde las consideraciones de tipo ético no son un «añadido» sino que se mantienen atentas a todas aquellas cuestiones relevantes abordándolas explícitamente en el momento en que se proponen como cuestiones «integradas» en la gestión.

Bibliografía

- ANDREWS, K. R. (1973): «Can the best corporations be made moral?». *Harvard Business Review*, mayo-junio, pp. 57-64.
- BOWIE, N.E. (1986): «Business Ethics» en DEMARCO, J.P. & FOX, R.M.: *New*

- directions in ethics. The challenge of applied ethics*, London, Routledge & Kegan Paul, pp. 158-172.
- CAVANAGH, G.F. (1984): «Corporate Values for the Future». HOFFMAN, W.M. & MOORE, J.M.: *Business Ethics*, New York, McGraw-Hill.
- CODA, V. (1991): «Entrepreneurial values and the success of the firm». *Finanza, Marketing e Produzione*, special issue, pp. 9-42.
- DE GEORGE, R.T. (1987): «The Status of Business Ethics: Past and Future». *Journal of Business Ethics*, vol. 6, pp. 201-211.
- DE GEORGE, R.T. (1990): *Business Ethics*. New York: Macmillan.
- DONALDSON, J. (1989): *Key issues in Business Ethics*, London: Academic Press.
- DUNFEE, T.W. (1996) «El marketing de una actitud ética», *Expansión*, pp.13-14.
- GELLERMAN, S. W. (1986): «Why 'good' managers make bad ethical choices». *Harvard Business Review*, jul.-ag., pp. 85-90.
- GOODPASTER, K.E.; MATTHEWS, J.B. (1981): «¿Pueden tener conciencia moral las empresas?». *Harvard-Deusto Business Review*, 1982 (4), pp. 5-18.
- LOZANO, J.M., (1.992): «Ética y Gestion», *Revista de Fomento Social*, nº 187.
- LOZANO, J.M., (1.993): «Ética de las organizaciones, Ética en las organizaciones: ¿contradiccion o solo un juego de palabras?» *Revista de Fomento Social*, nº 191, Vol. 48, Julio-Septiembre, pp. 333-358.
- MELE, D. (1991): «Ética y empresa». *Información Comercial Española*, núm. 691, pp. 122-134.
- MORALES GUTIÉRREZ, A.C. (1995), *Análisis de las organizaciones*, Publicaciones ETEA. Córdoba.
- NIELSEN, R.P. (1988): «Limitations of Ethical Reasoning as an Action (Praxis) Strategy». *Journal of Business Ethics*, vol. 7:10, pp. 725-733.
- SHORWIN, D. (1974) «Las raíces éticas del sistema empresa». *Harvard-Deusto Business Review*, 2º trimestre.
- TREVINO, L.K. (1986): «Ethical Decision Making in Organizations: A Person-Situation Interactionist Model». *Academy of Management Review*, vol. 11:3, pp. 601-617.
- TSALIKIS, J. & FRITZSCHE, D.J. (1989): «Business Ethics: A Literature Review with a Focus on Marketing Ethics». *Journal of Business Ethics*, vol. 8:9, pp. 695-743.
- VÁZQUEZ, J.M. (1990) «Ética de la publicidad», *Revista ICADE*, nº19, pp.65 y ss.
- J.L.G. (1976) «Ética de la publicidad», *Revista de Fomento Social*, pp. 321-323.





Revista de Fomento Social, 51 (1996), 367-388

Decisiones individuales incorrectas y patológicas

Viniendo de quien vienen, las reflexiones de este artículo son particularmente significativas. En efecto, uno de los autores, el profesor Blas Lara, de la Universidad de Lausana, ha enseñado e investigado durante muchos años tanto en el ámbito empresarial como en el universitario, acerca de las técnicas de toma de decisión, con particular énfasis en las herramientas de la programación matemática. Las presentes consideraciones, incorporando los hallazgos más bien decepcionantes sobre la racionalidad de las decisiones humanas, a partir de sus bases neurológicas y cerebrales, cuestionan radicalmente esos métodos e introducen una fuerte dosis de escepticismo sobre una rama de la moderna ciencia de la gestión.

Blas LARA y David PLACCI (*)

(*) Profesores de la Universidad de Lausanne (Suiza).

ESTUDIOS

INTRODUCCIÓN

La revista *Science* (1) publicaba recientemente un artículo en el que se intentó poner a prueba la eficacia del diagnóstico de los profesionales de la medicina mediante el uso de determinados métodos estadísticos. Los análisis comparativos se hicieron con el necesario rigor metodológico y sobre las mismas muestras de pacientes. Los resultados fueron poco halagüeños para los médicos e inquietantes para los pacientes (2).

Tales constataciones apoyadas en una rigurosa metodología de investigación no pretendían ser un ataque directo contra los profesionales de la salud. La verdad, si se obtiene seriamente, no debe ofender a ningún espíritu científico. Por el contrario sería deseable que la verdad nos conduzca a planteamientos más saludables, por más que haya que remover certezas, admitidas a veces de forma dogmática. La verdad no debería poner en peligro el buen funcionamiento de nuestra sociedad.

Pero no son sólo los médicos. También los políticos, los jueces, los profesores, los funcionarios de la administración pública emiten juicios y toman decisiones cuyo impacto sobre la vida de otras personas puede ser enorme. El ciudadano ordinario no puede saber si el proceso de decisión que le concierne fue ejecutado por los decisores de manera seria y profesional, porque el proceso no le es transparente quizás por incompetencia, pero sobre todo porque se le oculta. Parece como si esas decisiones de los socialmente superiores hubieran de ser

(1) DAWES, R.M., FAUST D. MEEHL P.E. «Clinical versus actuarial judgments» *Science*, 243:1668-74.

(2) Entre la casi cincuentena de estudios empíricos en que se fundamentan los autores citamos algunos ejemplos:

- Leli y Filskov compararon el grado de acierto de los diagnósticos de disfunción cerebral progresiva hecha por médicos experimentados -que obtuvo un 63 % de aciertos-en comparación con el obtenido con un sistema experto -que consiguió un 83%.

- Wittman: las predicciones de mejora de los pacientes a una terapia por electroshock a través de un método estadístico fueron acertadas en dos veces más de casos que las de los clínicos.

- Goldberg contrastó la eficacia diagnóstica de 29 médicos en comparación con una regla estadística muy simple. La regla de Golberg acertó en el 70 % de los 861 casos que le fueron sometidos. El mejor de los profesionales consiguió un 67%, mientras que la media de los doctores alcanzó solamente el 62 % de diagnósticos correctos. Resultados similares pueden ser encontrados en LARA (1989).

objeto de fe ciega. Por miedo o por arrogancia, muchos reaccionan cuestionándose si es legítimo preguntarse sobre el grado de acierto de esas decisiones.

Naturalmente este estado de cosas nos plantea cuestiones que consideramos muy importantes. Por ejemplo: ¿cómo garantizar que las decisiones de los políticos o de los médicos, por ejemplo, no han sido tomadas a la ligera o con incompetencia?; ¿se ha dotado la sociedad de controles eficaces y rápidos para asegurarse que las decisiones políticas de importancia siguen un proceso de decisión correcto?; ¿cómo protegerse contra los decisores patológicos, esos posibles «enfermos que nos gobiernan»?; ¿cómo defenderse contra las decisiones ciegas, producidas por organismos sociales burocratizados, rígidos, y probablemente corrompidos?; o incluso: ¿por qué existe ese divorcio entre las élites decisoras de un país y la ciudadanía?; y preguntarse si es socialmente sano que ese divorcio exista; si es indispensable y si es posible mantenerlo, en una época en la que cada vez más la población está más educada, su capacidad de comprensión de los problemas es mayor, y, consecuentemente, es más insumisa.

Estas cuestiones merecen un debate social amplio y significativo entre los intelectuales y los creadores de opinión. Es muy posible que determinados conceptos subyacentes, tales como decisión, metodología y teoría de la acción, etc. sean demasiado nuevos para nuestra cultura de masas. Tal vez estos conceptos están reducidos a un pequeño círculo de expertos socialmente retraídos o simplemente desconectados de las tareas y de los grupos de poder.

Claro está que las decisiones de algunas personas -políticos, jefes de todas clases- condicionan nuestros destinos de manera muy significativa y a veces irreversible. Pero nosotros también lo hacemos en el ejercicio de nuestras responsabilidades sociales más o menos extensas, y sobre todo como padres. Hemos, pues, de interrogarnos sobre las consecuencias, a veces enormes, de nuestros errores en las decisiones que tomamos para hacer lo posible por evitarlos.

Pensemos además que construimos nuestra vida y nuestro futuro con decisiones adoptadas y no adoptadas. Cada uno puede pensar que su destino hubiera sido diferente si hace unos años hubiera hecho tal cosa, cuando fue posible, o si no se hubiera decidido por tal otra. La pregunta es si se puede aprender a decidir correctamente y cómo. Será difícil encontrar una disciplina que nos pueda interesar más que la que nos enseñe esto.

Empecemos diciendo que enseñar a decidir es casi tanto como enseñar a vivir.

Bajo esa óptica, la disciplina que buscamos puede parecer muy pretenciosa. Su denominación sería «Ciencia de la decisión», si se asigna a sí misma ese cometido. La pretensión puede resultar aberrante, y en cierto modo culpable, por engañosa, y sin embargo se presenta de esta forma en libros y programas de estudio (3).

La Ciencia de la decisión que preconizamos se limita modestamente a señalar los riesgos de una «mala decisión». Señalar los escollos nos parece más importante, más instructivo y más realista, que trazar caminos obligatorios. Hemos de contentarnos con una ciencia de normas negativas, la única que consideramos epistemológicamente honrada. En materia de decisión, de negociación o de dirección de sistemas complejos, pensamos que es el mejor trabajo y el más serio que se puede hacer.

I. POR QUE FALLA NUESTRA CAPACIDAD DE DECIDIR

a) Primera razón: La dificultad objetiva de los problemas o situaciones de decisión

Si preguntamos a un teórico por qué en situaciones reales resulta dificultoso tomar decisiones nos dirá:

- que hay situaciones cuyo resultado está condicionado por un gran número de causas y que, por consiguiente, son muchas las variables que hay que tener en cuenta,
- que, además, las causas no son todas aparentes y se pueden pasar por alto factores realmente influyentes,
- que entre todas las causas posibles no es tarea fácil identificar las causas claramente determinantes de los resultados,
- que las interacciones entre causas son frecuentemente no lineales, si es que se puede medir las variables con algún tipo de escala,

(3) Una ciencia del decidir que pretende producir una normativa positiva del decidir (*Vd. tiene que hacer tal cosa*) es muy cuestionable, y probablemente, mal encaminada. Por dos razones al menos:

- a) las situaciones tienen frecuentemente algo o mucho de único e irreplicable.
- b) no se puede ignorar entre otras cosas la complejidad, la no formalizabilidad, de los valores de referencia en una decisión.

- que además la incertidumbre envuelve en cierta medida todo el sistema de relaciones entre causas y efectos; y en consecuencia, la incertidumbre afectará a los efectos que se seguirían de preferir tal o cual alternativa.

Si preguntamos ahora a un conductista qué piensa sobre la dificultad de decidir, responderá diciendo que existen varias razones, y en particular que:

- desafortunadamente los modelos de decisión no son innatos (p.e. con el capital genético), sino que los adquirimos mediante un largo proceso de aprendizaje por ensayo y error;
- y además, cada situación presenta un cierto grado de novedad; con lo que los modelos que vamos aprendiendo con el tiempo, no encajan como anillo al dedo con las nuevas situaciones nuevas; por lo que, frecuentemente hay que extrapolarlos gracias a nuestra facultad de establecer analogías. Si se trata de una situación parcialmente novedosa o demasiado lejana de todo lo que hemos vivido, entonces no hay más solución que las tentativas aleatorias (W. Kohler, Thorndike, ...)

b) Segunda razón: Estamos «computacionalmente» mal equipados para resolver nuestros problemas de decisión

La complejidad de los problemas que acabamos de mencionar sobrepasa con mucho la capacidad de procesamiento de nuestra «máquina de decidir». Esta afirmación se apoya sobre un buen número de argumentos, entre los que citaremos algunos.

Por ejemplo, son significativas las experiencias que Kahneman ha realizado de una manera rigurosa. Según este autor - y algunos otros más- el hombre suele transgredir en la vida corriente las leyes más elementales de la estadística. Nuestro cerebro estima mal las probabilidades a partir de experiencias repetidas. Cuando hace estas estimaciones, se deja influenciar demasiado por las últimas experiencias (4)

(4) Con sus propias palabras: El cerebro que «calcula» con redes o grafos más que con cálculos secuenciales, reconoce las formas latentes, rápidamente y en bloque, sin necesidad de pasar por un examen individual de los atributos de los objetos. Sin embargo, si se comparan los límites de capacidad que le dan sus métodos, con la de los métodos estadísticos en el mismo ámbito, hay que reconocer que pierde la partida. Nuestro cerebro se encuentra rápidamente indefenso ante grandes masas de información, e incapaz de explorar fenómenos incluso de talla muy modesta, en términos

Es posible traducir estas constataciones teóricas en ejemplos de la vida cotidiana, como lo ha hecho D. Eddy. Este investigador ha escogido como campo experimental a sujetos de la profesión médica, que, en principio, constituyen un grupo de decisores del que no se puede decir que carezca de nivel intelectual. El extenso estudio que ha llevado a cabo Eddy, le ha permitido constatar empíricamente la mediocre calidad de las decisiones médicas. Según él, los médicos, en su trabajo cotidiano, cometen errores inverosímiles en la estimación de probabilidades, lo que les conduce a fallos en el diagnóstico y en la selección de la terapéutica (5).

Otra limitación evidente del cerebro son sus deficientes facultades aritméticas. Comparados con las calculadoras más simples, son pocos los dígitos con los que el cerebro puede operar en las operaciones aritméticas más sencillas. Pocas personas son capaces de retener de una sola vez un número de teléfono de ocho cifras. El problema está en que el cerebro puede trabajar con un número reducido de elementos en simultaneidad, no sólo tratándose de informaciones numéricas, sino también lógicas. Es altamente limitativo el escaso número de enunciados lógicos diferentes que podemos manipular, en los procesos de inducción o de deducción.

En resumen, a pesar de toda su maravillosa construcción, el cerebro no puede competir con una calculadora de mil pesetas en determinados tipos de «operaciones mentales». Pero lo que realmente es más grave es que, además, el cerebro se encuentra, por así decirlo, con estados de ánimo que le llevan a dar respuestas irracionales y hasta absurdas en ciertos momentos. Ese defecto tampoco lo tiene el ordenador.

de número de parámetros y de observaciones. De todos es sabido que la varianza constituye el parámetro estadístico fundamental en las operaciones de clasificación, discriminación, y otras operaciones de análisis multivariante. Nuestro cerebro no consigue elaborar más que una estimación muy deficiente de la varianza de los fenómenos. La decisión implica clasificación y discriminación. Por consiguiente nada tiene de extraño que el buen ejercicio de la capacidad de decidir sea seriamente afectado por nuestra limitada capacidad de estimar los parámetros estadísticos tales como la varianza.

(5) El lector deseoso de controlar estas afirmaciones un tanto inquietantes puede consultar el trabajo de D. M. EDDY, «Probabilistic Reasoning in Clinical Medicine», incluido igualmente en la edición de Kahneman.

c) *Tercera razón: La inestabilidad emocional*

Frente al caos y las posibles contradicciones ante un procesamiento de las decisiones sometido a determinados estados emocionales, la racionalidad juega un papel predominante de moderador correctivo que endereza toda desviación, toda violación de la lógica.

Pese al filtro corrector de la lógica, las contaminaciones emocionales pueden persistir en los procesos decisionales de manera más o menos residual. Por ejemplo, el riesgo suscita miedo o aprensión. Es una de las razones por las que decidir resulta difícil ya que decidir implica arriesgar entre diversas oportunidades. Riesgo de optar, entre las posibles vías que nos ofrece este cruce de caminos, eligiendo una que nos pudiera llevar de manera irreversible a un destino incierto y que tememos que pueda ser sombrío.

d) *Cuarta razón: Decidir requiere un esfuerzo.*

Recoger la información necesaria para decidir, analizar las diferentes alternativas y evaluarlas, es ya un trabajo. Pero el esfuerzo a que nos referimos es el de la voluntad para pasar de la idea a la acción, para *tirarse al agua*.

Parece evidente que durante los procesos implicados en la decisión se produce sin duda una movilización y un consumo de energía bioquímica en el cerebro. Por tanto es bioquímicamente penoso el decidir. Son esfuerzos que muchos prefieren rehuir aunque solamente sea por un principio de economía, por cierto también presente en los comportamientos de los animales más evolucionados. La obligación de decidir, a la que la vida nos empuja cada día, supone ya un desagradable peso que difícilmente soporta un elevado porcentaje de personas. Más fácil y más cómodo es abstenerse, o delegar en otros las responsabilidades y los riesgos.

II. PERO ¿QUÉ ES SER RACIONAL?

Una decisión correcta es una decisión racional. Con otras palabras, aquella resultante de un proceso conducido racionalmente. Así pues la racionalidad podría ser el marco de referencia para situar lo que en materia de decidir es incorrecto o claramente patológico. La clave de la cuestión es que podamos

llegar a un acuerdo sobre qué es un *comportamiento racional*.

La persona que al comprar un billete de lotería pide que le den tal número, no decide ni bien ni mal. Ni se le puede atribuir una inteligencia particular cuando acierta, ni demérito cuando se equivoca. La suerte le habrá favorecido o no, y eso es todo. Pero no diríamos exactamente lo mismo del que juega a las quinielas, por más que el azar forme parte indiscutible en los resultados deportivos. No juega bien, desde el punto de vista de la racionalidad de la decisión, el que realiza sus pronósticos sin tener en cuenta el historial de los equipos, la situación actual de la plantilla de jugadores, etc. Lo importante es que busque la información disponible y que agote toda la racionalidad posible que una buena información contiene. Si se comporta de esta forma, el jugador puede hasta construir sus propios «modelos», para que a la larga y en conjunto tenga una probabilidad aceptable de salir beneficiado.

El decisor racional es la persona que escruta y explicita sus alternativas, evalúa cada una de ellas teniendo en cuenta su probabilidad y escoge la que ofrece la esperanza matemática de mayor valor. Esta es en síntesis la propuesta de la teoría clásica de la decisión. Para Aristóteles el comportamiento racional es el que mejor adapta los medios a los fines.

En ese sentido tan poco realista se ha orientado la Teoría de la decisión en una primera fase. Pero tampoco podía ser de otra manera, dado su origen científico de nacimiento (la teoría de las probabilidades); y la idiosincrasia de sus progenitores, por muy geniales que fueran en el área de la racionalidad matemática (Bernoulli, Von Neumann).

Ese hombre racional, implícito en la Teoría de la decisión, es un verdadero cerebro metálico, un ordenador. Absolutamente neutro respecto al riesgo, su comportamiento no es afectado por ninguna otra emoción. Por supuesto que ni compra lotería ni suscribe una póliza de seguros. Este hombre es ideal en el sentido de que se trata de una construcción abstracta, hiperracionalista, de una racionalidad mecánica, ni siquiera abierta en el sentido de Max Weber o de Herbert Simon. Evidentemente un modelo de estas características no resistió mucho tiempo a la crítica. Pronto aparecieron sus primeras fisuras como lo puso en evidencia Maurice Allais con sus conocidas paradojas.

Sin embargo la verdadera cuestión es que el hombre que contrata seguros es a los ojos de todo el mundo una persona normal, a pesar de adoptar un comportamiento que no es neutral ante el riesgo. La teoría de la utilidad vino a

arreglar momentáneamente las cosas, puesto que, entre otras cuestiones, incorporó la aversión al riesgo en los modelos matemáticos. Pero continuaría calculando probabilidades con el rigor axiomático y la precisión de un actuario.

Por ello, Kahneman y Tversky darán un paso más hacia la realidad psicológica del ser humano. Estos autores describieron unos comportamientos habituales en la mayoría personas, como son el sobrestimar las alternativas de baja probabilidad, o manifestar asimetrías de comportamiento con respecto a la ganancia y a la pérdida. Todo ello es teóricamente inexplicable con la mera teoría de la utilidad (6).

Pero la historia está lejos de acabar ahí. Se descubren nuevos tipos de comportamientos paradójicos en el «decisor que sigue aún siendo considerado normal». Tales son las reversiones de preferencias, o las paradojas puestas en evidencia por la teoría de la «betweenness» (7)

Como señala Alvin Roth, la obstinación de los economistas que aún persisten en mantener los mismos modelos matemáticos de la bien conocida «Teoría de la elección racional» puede parecer muy extraña. Quizás haya dos razones para ello. La primera razón sería que las decisiones de compra agregada en un mercado con muchos agentes, presentan un grado de predictibilidad más alto al nivel colectivo que la decisión al nivel del individuo. Al fin y al cabo, la teoría de las expectativas racionales explica el problema de cómo los individuos elaboran esas expectativas. Lo importante es cómo los colectivos humanos alcanzan un equilibrio a partir de las expectativas racionales (8). Por eso es útil esta teoría, por más que se reconozcan sus fallos conceptuales y sus limitaciones para explicar el comportamiento individual, por ejemplo en teoría de la negociación, en la que anticipar la posición del adversario resulta de vital importancia.

La segunda razón, la explica así Camerer: A los ingenieros les interesa particularmente el estudiar los hundimientos de puentes y las caídas de aviones, porque de esta manera perfeccionan y amplían su teoría, y con ello construirán en el futuro mejores puentes y mejores aviones. Lo mismo le pasa a los economistas. Estudiando los fallos de sus modelos ex-post, cada vez estarán en mejores condiciones de perfeccionarlos.

(6) De ahí su Theory of prospect.

(7) Ver CHEW S. H. (1989).

(8) Ver LUCAS, en la bibliografía.

En lo que respecta a la teoría de la decisión, esta idea de Camerer, plausible en apariencia, deja de parecerlo cuando se considera hasta qué punto los presupuestos epistemológicos de nuestra disciplina están mal fundamentados. Hemos partido de una idea de hombre que no se corresponde con la realidad. Hemos empezado mal en la historia de las ideas y del desarrollo del saber. No vale la pena continuar por el mismo camino. Barro y Fisher predicen con razón que no se llegará jamás a elaborar una teoría capaz de explicar el cúmulo de observaciones «desviadas» en materia de comportamiento decisional que se han ido coleccionando en los laboratorios de psicología.

El hombre dista mucho de ser ese «ser racional» que suponen estas teorías inocentemente imbuidas de cierto racionalismo angélico, además reduccionista. Si Kant hubiera conocido en su tiempo la teoría de la decisión clásica, hubiera podido demolerla en su «Crítica de la razón pura» con el mismo tipo de argumentación que empleó contra las disciplinas del conocimiento a priori (como la metafísica).

Empíricamente, el punto de partida es el funcionamiento de nuestro cerebro, que está permanentemente en situación fluctuante, sometido a las emociones que lo despiertan para llevarlo a un nivel más o menos alto de coherencia (de lógica, de racionalidad). La emoción (Damasio) se encuentra en el origen de la formación de las ideas, o de otra forma, las ideas son un esquema operativo que nos permite reaccionar al entorno físico e interreaccionar con el entorno social (Lara, 1991; Iglowitz).

La Teoría de la decisión precisa ser reorientada si se quiere llegar a darle la fuerza explicativa que está necesitando. Nuestra opinión es que los conocimientos de neurofisiología cerebral, por muy fragmentarios y hasta incipientes que sean, ofrecen ya en este momento unos esquemas interpretativos, que si bien no explican totalmente las desviaciones de los procesos de decisión, sirven al menos para ordenar el material de conocimientos y observaciones de una manera muy superior a las tentativas precedentes.

Aunque no sea de forma definitiva, propondremos seguidamente una explicación neurofisiológica de las patologías de la decisión. Se trata de una vía llena de futuro que sin duda alguna será explorada a fondo en años venideros. Ya, en este momento, la explicación neurofisiológica añade una gran claridad al análisis del tema, evita un discurso vago y teórico, y sirve en gran medida para ordenar el material, aunque sólo sea de manera indicativa, provisional y ciertamente perfectible.

III. COMPORTAMIENTOS PATOLÓGICOS EN EL DECIDIR

Marco neurofisiológico elemental

Resulta imprescindible comenzar con una descripción neurofisiológica elemental del proceso de decisión. Para simplificar distinguiremos una sucesión de estaciones (sensorial, límbica, cortical y motora) en el proceso, aunque en realidad se trata solamente de marcar las regiones cerebrales que intervienen de forma predominante en cada fase. Por tanto, se sobreentiende que en cada una de las fases concurren simultáneamente otras regiones diseminadas en diferentes partes del cerebro.

Para fijar las ideas, imaginemos a lo largo de este apartado una situación cotidiana de toma de decisión y nuestra posible respuesta: percibimos un perro que se acerca ladrando. Experimentamos, tal vez una reacción emocional de miedo, o quizás de indiferencia. La respuesta adoptada pudiera ser coger un objeto para hacerle frente, o bien pasar de largo. A continuación (9) enumeramos los acontecimientos cerebrales más destacados que van a producirse a raíz de la situación respuesta decisional «un perro se acerca a un hombre»:

1. El proceso de decisión comienza por una representación sensorial de la situación externa. (*Imagen visual y auditiva del animal, identificación del perro*) (10).
2. Asociación de atributos afectivos «brutos» a las informaciones sensoriales. (*Ante el perro yo entro en el estado afectivo de miedo*). Activación del tálamo y de la estación límbica (primer nivel mesoencefálico) (11).

(9) Vamos a considerar aquí nuestro comportamiento sólo en tanto que respuesta a una situación exterior que nos socilita o se nos plantea. Dejamos pues de lado las secuencias de acción desencadenadas por iniciativa personal, es decir, que tienen su origen en representaciones mentales preexistentes.

(10) La estación sensorial implica principalmente el córtex sensorial, pero también las áreas asociativas de la corteza. Una serie de estratos (layers) neuronales procesan las señales originadas por los órganos de los sentidos. Es absolutamente importante recordar que la lectura interpretativa de las señales correspondientes a la situación externa supone la contribución de esquemas o configuraciones cognitivas preexistentes.

(11) Lo esencial de la lectura primaria que hace el sistema límbico cerebro son los aspectos afectivos de la experiencia. Esta lectura da lugar a una de dos actitudes fundamentales con relación al objeto (o mejor dicho a las configuraciones cognitivas que lo representan):

3. Asociaciones emocionales declarativas. (*Me atacó un perro siendo niño, he jugado con otros perros muy afectuosos, etc.*). En la amígdala intervienen con su influencia estructurante aquellas memorizaciones capaces de modular las significaciones afectivas de la experiencia presente en función de las experiencias ya vividas (12).
4. Integración o sumación inicial de los estados afectivos. Atención. (*No le hago caso al perro, apenas me doy cuenta. O bien el pánico me domina en un primer momento*). Intervienen esencialmente el hipotálamo y la formación reticular (13).
5. Conciencia, voluntad, racionalización. Incorporación de la dimensión socializante. (*«Yo» pienso que una actitud serena frente al perro basta para impedir la agresión. O bien mi programación cultural contiene pautas éticas según las cuales es inmoral hacer sufrir innecesariamente a un animal, etc...*). En particular, es muy activa la estación prefrontal del córtex (14).

- la relación positiva o de apetencia
- la relación negativa o de aversión.

Se han podido localizar de manera bien distinta los dos sistemas hipotalámicos correspondientes: la región hipotalámica lateral para la apetencia y la periventricular y mediana en el mismo hipotálamo para la aversión.

(12) En este complicado proceso la amígdala es el lugar de convergencia de las diferentes modalidades sensoriales (visuales, auditivas, táctiles) vía tálamo e hipocampo. A continuación de ella se encuentra el hipotálamo que es el lugar de generación de los estados afectivos, subjetivamente vividos y que en muchos casos determinarán finalmente la reacción comportamental.

(13) De hecho el hipotálamo funciona como un integrador cerebral en el que se adicionan los posibles estados afectivos contradictorios (hedónicos o de repulsa) que suscita la representación de la situación externa. Pero no se limita sólo a producir el reconocimiento afectivo de la situación. Junto con otras estructuras límbicas y muy en particular la amígdala, entran en interacción con otras estructuras del lóbulo temporal, y jugarán un papel de primer orden no solamente en los procesos afectivos, sino aún más adelante en la cadena de procesos que median entre la percepción inicial y la acción al otro extremo. Me refiero particularmente a la personalización y a la motivación. El fenómeno de la atención: Cuando el sumatorio del integrador alcanza un determinado umbral, se produce el estado de vigilancia y el nivel de actividad eléctrica cerebral alcanza una frecuencia y una intensidad que permite salir del estado fluctuante fundamental (las ondas beta y un voltaje superior). Si ese umbral no es alcanzado el filtro constante de la amígdala permite eliminar las sensaciones ininteresantes, y economizar de esta manera los recursos fisiológicos.

(14) El procesamiento de la decisión humana no se acaba en la referencia a las representaciones internas preexistentes, de tipo cognitivo-afectivo. El nivel más elevado de integración y de

6. Reintegración última basal. Selección del esquema de respuesta. Principalmente en ganglios basales (15).
7. Preparación de las secuencias motoras. La respuesta y la decisión se traducen últimamente en una serie de movimientos del brazo, del pie, de los órganos de fonación, etc. Estos movimientos son gobernados por esquemas o estructuraciones perfectamente localizables en la corteza (16).

Por qué se producen patologías y disfunciones

Las disfunciones en el comportamiento cuando se toma una decisión no son exclusiva y necesariamente debidas a deficiencias de orden fisiológico. Todo el mundo comprende la influencia de los factores de entorno en las fases iniciales de la vida. Por ejemplo, los juegos sociales del ratón ponen de manifiesto la necesidad de interacción que tiene el joven animal para medirse y afirmarse con y frente a los otros.

Estas disfunciones también pueden producirse o manifestarse cada vez que se presenta una anomalía, más o menos importante, en el plano fisiológico (falta

organización se produce cuando tiene lugar un distanciamiento (¿del Yo?, concomitante con la conciencia de sí mismo) con relación a esas significaciones cognitivo-afectivas inmediatas de las situaciones. El conocimiento alcanza ahora «algunos de los propios eventos cerebrales». Estas elaboraciones se producen de manera no exclusiva pero sí muy importante en el córtex prefrontal. En efecto diferentes zonas noéticas concurren en su actividad para tratar las señales originarias que ascienden del sistema límbico. La dimensión socializante: En el contexto explicado de interacción límbico-prefrontal se comprenden bien los estudios longitudinales de Panksepp que han puesto en evidencia la correlación existente entre los juegos de aprendizaje social y la ulterior elaboración de la actitud de confianza en sí mismo y de dominación con respecto a los demás que se forja en un espacio de intra e intersubjetividad muy emocional (límbica) al mismo tiempo que la necesaria medida tiene orígenes gabaenergicos y corticales sobre los que volveremos más adelante.

(15) En el núcleo caudal se produce la evaluación última de los estímulos. La substancia negra reticulada: recibe del hipotálamo las prioridades internas (hambre, sed,...); influencia sobre el núcleo caudal para desencadenar los comportamientos. La substancia negra compacta: envía información relativa a la tarea comportamental desde el núcleo caudal al área 6 y a la región prefrontal. Putamen y globus pallidus: ajustan los parámetros de la tarea. Recibe inputs del córtex somatosensorial y de las regiones premotoras y motoras del córtex para la regulación fina del comportamiento.

(16) Se han analizado en el mono las actividades neuronales del córtex prefrontal en relación con la respuesta intencional y se ha podido constatar que esas actividades consuman la conexión del acto futuro con los actos pasados, es decir que ponen en juego la memoria y la capacidad de anticipación.

de crecimiento de neuronas glutamáticas, falta de riego sanguíneo en la región prefrontal,...), eléctrico (frecuencia y/o voltaje excesivo o bajo en las regiones cerebrales) o bioquímico (insuficiencia de determinados neurotransmisores o descompensación entre antagonistas).

Patologías que afectan gravemente al poder de decisión

La literatura especializada analiza frecuentemente los efectos de las llamadas enfermedades mentales (epilepsia, esquizofrenia,...) sobre la capacidad de procesar correctamente las decisiones. También alteran la capacidad de decidir los llamados desórdenes unipolares o bipolares: manías, depresiones, y neurosis maniaco-depresiva.

Síndromes comunes de funcionamiento deficiente

La esquizofrenia afecta a un 1% de la población y no es regresiva. Las enfermedades maniaco-depresivas son cíclicas y en sus formas atenuadas afectan a sectores más amplios de la población. La literatura cita como posibles enfermos personalidades tan eminentes como Robert Schumann, Churchill, Napoleón, Virginia Wolf, Nietzsche, Dostoiewski. El procesamiento cerebral de la respuesta selectiva consciente, que llamamos decisión, es de una gran complejidad y finura. Además requiere la participación correcta y equilibrada de una multitud de funciones. Por eso las enfermedades graves suelen aparecer asociadas con importantes perturbaciones de los procesos de decisión.

Pero no nos debe sorprender que ciertos indicios de funcionamientos decisionales atípicos sean compatibles con desequilibrios psicológicos menos graves, que pueden ser considerados como «simples particularidades temperamentales». Hay que añadir además que el comportamiento decisional puede ser afectado no sólo por estados permanentes psicofisiológicamente, sino también por estados transitorios, como el stress.

En el apartado siguiente, por razones de orden y claridad, haremos uso de una clasificación de las manifestaciones más comunes de comportamiento decisional perturbado. Distinguiremos por una parte los síndromes de hiperactividad decisional, y por otra, los de hipoactividad.

SÍNDROMES DE HIPERACTIVIDAD DECISIONAL

La respuesta convulsiva precrítica

Se trata de una consecuencia de la pérdida total o parcial del control racional. El lector reconocerá fácilmente una gran cantidad de respuestas de la vida corriente dadas de manera instantánea, impulsiva, y a niveles más o menos intensos. Por ejemplo, las reacciones bajo sentimientos de ira, pasión, despecho, amor ciego, ilusión loca, etc. Si se considera la manera como se producen estas respuestas casi automáticas, difícilmente pueden ser llamadas decisiones (17).

El pánico hipervigilante

La sensibilidad desmesurada lleva a reacciones de pánico y continua posición defensiva, en clara desproporción con las exigencias del contexto. Un ejemplo entre muchos otros: las reacciones de ciertos ancianos temerosos por su vida, por preservar el confort de sus rutinas, etc. (18).

Hiperreactividad a causa de la molestia de decidir

Agitación decisional. Necesidad de moverse. Se pone uno nervioso ante la dificultad de la decisión y se la liquida lo antes posible para evitarse la molestia de arrastrar situaciones pendientes (19).

(17) Las fases del proceso son truncadas. Poca influencia de las asociaciones hipocámpicas como tampoco de la fase noética. De la vía talamo-amígdala se pasaría prontamente a la activación de las regiones premotrices y motrices. (Por ejemplo: la reacción inmediata, y necesaria, ante algo que tiene la apariencia de una serpiente). La fase crítica, noética, correspondiente a las actividades prefrontales conscientes queda en penumbra sino es claramente omitida. La deficiencia de neurotransmisores de inhibición gabaérgicos puede explicar tales reacciones. Igualmente las lesiones hipotalámicas laterales. Se ha observado en las ratas que las lesiones practicadas en etapas muy precoces de la vida determinan comportamientos los mecanismos de inhibición. Los macacos que sufren este mismo tipo de lesiones se vuelven agresivos, ignorando los efectos estructurantes de la experiencia vivida anteriormente.

(18) Son debidas a perturbaciones emocionales, frecuentemente concomitantes con distorsiones cognitivas. Se producen disfunciones prefrontales que perturban la autonomía y la pertinencia del discurso interior.

(19) Sabido es que sobre la región prefrontal confluyen una multiplicidad de proyecciones, lo que justifica tal vez la sensación de indeterminación y de libertad. No existe un sólo esquema de respuesta como en las llamadas respuestas autónomas. De ahí la percepción - amigdaliana o basal- del riesgo, y la desazón que produce. Se ha experimentado con ratas que ha vivido desde su

SÍNDROMES DE HIPOACTIVIDAD-INHIBICIÓN

El cerebro «en bruto» es proveedor de energía para la acción, pero energía ciega, irracional, hasta el punto de resultar a veces paradójica. Como dice Matte Blanco es una especie de caldera hirviente que podría explotar, si no hubiese sistemas cerebrales que la controlan, particularmente de aquellos que son sede de la racionalidad.

La moderación del decisor prudente

El decisor prudente no se deja llevar por los impulsos, sino que los modera, y se hace dueño de ellos, sin destruirlos. La prudencia es para Aristóteles una virtud moral que es, a su vez, manifestación de sabiduría. La contención del comportamiento impulsivo se puede producir a varios niveles.

A) Al nivel límbico: Como indicamos arriba, a cada experiencia, a cada situación decisional, le asociamos un haz de atributos emocionales que pueden ser de signo contrario. Ya hablamos de apetencia y de aversión e indicábamos que hasta sus substratos nerviosos son distinguibles. Naturalmente la respuesta a una situación dada debiera ser única. Hay que salir idealmente del estado de ambigüedad en que dejan las apetencias y las aversiones, los pros y los contras. Para ello está en primer lugar la función de integración o sumación amigdaliana de la que aún quedan muchas cosas por conocer.

A.1) Moderación de impulsos positivos: Se ha podido probar que la amígdala interviene en el proceso de atenuación de las significaciones hedónicas asociadas a las percepciones. No se sabe bien cómo se integran con las sensaciones hedónicas positivas esos procesos de memoria en los que se evocan antiguas experiencias adversas. Como resultado del proceso de atenuación amigdaliana del impulso se producirá la prevención o no utilización de un comportamiento o al menos la disminución progresiva de la probabilidad de adopción de ese comportamiento.

nacimiento en buena armonía con un ratón que le es familiar. Si se les estimula a la rata el sistema de aversión, localizable en la región periaqueducal y la región mediana de la amígdala, provocaremos un crimen «instrumental». La rata matará al ratón únicamente para deshacerse del estado afectivo embarazoso de aversión.

A.2) Moderación de impulsos negativos: Se trata de las influencias atenuantes que se ejercen sobre el sistema de aversión. Son conocidas en neurofisiología las aferencias gabaérgicas (del neurotransmisor ácido gamma-amino-butírico) que ejercen un rol claro de inhibición, de tal manera que si se bloquean los receptores gaba, un animal que normalmente atacaría como consecuencia de un sentimiento de aversión, emprenderá la huida. De la misma manera, la huida puede ser provocada por microinyecciones o estimulaciones eléctricas en la región hipotalámica lateral.

B) El estadio o estación noético frontal: Este nivel es particularmente responsable de la disminución de las iniciativas psicomotrices (20). En ese estadio se produce la acción de las inhibiciones y determinaciones de tipo moral, ético, y la influencia de otros paradigmas sociales de comportamiento. También mediante el aprendizaje a partir de las consecuencias que se siguen de comportamientos impulsivos, la memorización de los contenidos cognitivos de experiencias pasadas, ejerce un importantísimo papel de moderación. En ese sentido podemos decir que su contexto social (y físico, por supuesto) ayuda al individuo a encontrar las formas apropiadas y la intensidad en la reacción. En una palabra, a construir su panoplia de respuestas para la vida.

Manifestaciones de hipoactividad

Cuando la atenuación de los impulsos positivos o negativos es excesiva, pueden llegar a producirse en casos extremos estados de parálisis o agarrotamiento para la acción que tal vez requiere urgente y necesariamente la situación exterior que estamos viviendo. Señalaremos entre estas manifestaciones de hipoactividad algunas de las más comunes.

Miedo a decidir.: Especialmente el causado por una emoción negativa o de aversión que es la percepción exagerada del riesgo de origen manifiestamente emocional. La moderación no funciona ni al nivel límbico ni al noético. Estamos ante lo que se llama la fobia de decidir, una de las actitudes patológicas más comunes en el decidir. De manera sutil se suele enmascarar esta fobia bajo el

(20) Aparte de las conexión amígdala-córtex orbito-central, entran en actividad sobre el córtex prefrontal un número indeterminado, pero ciertamente grande, de proyecciones corticales y seguramente mesoencefálicas.

síndrome del «mejor para mañana».

Parálisis hiper crítica. Bastante común entre intelectuales. Su origen es aparentemente distinto del de la fobia de decidir aunque las consecuencias en el comportamiento sean idénticas. Su explicación es simple. Hay personas que quieren tener un grado de certidumbre más elevado del que se puede normalmente tener. Se declaran a sí mismos insatisfechos con la información incompleta, que es la manera habitual con la que las decisiones tienen que ser abordadas. Además se escudan bajo una forma de rigor intelectual que es finalmente «un rigor mortis» que los paraliza. Es evidente el fallo epistemológico de ese perfeccionismo. La vida no es así. El error hiperracionalista es tan evidente que probablemente se trata de un excusa para cubrir la verdadera explicación, probablemente de naturaleza emocional.

Evitación de la acción y de la decisión. Cada decisión necesita un esfuerzo psíquico que supone un consumo de energía bioquímica y por consiguiente un desgaste. Existe sin duda un umbral que determina el número de decisiones que uno puede tomar por día o por hora y ese umbral cambia de unos individuos a otros. Se puede pues aventurar la hipótesis de que este gasto de energía sea medible en términos de energía eléctrica o de cantidad de neurotransmisores. Esta idea resulta compatible con el hecho de umbrales de energía psíquica disponible para cada individuo y que le son característicos. Esta categoría de personas evitarán la decisión pero no por miedo sino por causa de economía bioquímica, sin que tal vez sean conscientes de ello. Esta categoría abarca desde los estados de pereza, justificada o no fisiológicamente, hasta el stress, el cansancio, como la falta de «jugo» para la acción y la decisión. La actitud de «dejarlo para mañana» de los países del sur - que a veces es sabia- puede explicarse igualmente por el mismo principio de economía energética. Bajo las formas de pereza, independientemente de su aspecto moral, hay que incluir actitudes como:

- no asumir las responsabilidades de acción.
- declinarlas cómodamente en alguien de nuestro entorno.
- adoptar de forma acrítica normas ajenas de actitudes y comportamientos.

Nos referimos en particular a esos préstamos para vivir que se llaman ideologías, religión, la moda, etc.

Hay que reconocer sin embargo que estos préstamos de creencias, valores y esquemas de comportamiento nos son indispensables, a causa de las limitaciones

de nuestro cerebro, incapaz por sí solo de elaborarlos. No podemos aspirar a ser totalmente «nosotros mismos».

CONCLUSIÓN

Consideraciones epistemológicas y pedagógicas

La capacidad para desprenderse del magma informativo y emocional que afecta al funcionamiento involuntario del cerebro, hace posible la racionalidad y con ello la prolongación de las capacidades del propio cerebro. La teoría de la decisión clásica está construida a partir de una idea: el predominio exclusivo y excluyente de la razón. Es la razón, y no la emoción, lo que permite a la especie humana ordenar su comportamiento. Los propios artificios de cálculo (incluyendo el cálculo lógico), algoritmos, ordenadores, etc. (21), constituyen una extensión o si se quiere una prótesis, solamente posible en la especie humana, para desarrollar capacidades adicionales de cálculo matemático o lógico.

Nuestra posición con respecto a este asunto se resume en dos puntos: Primero, la racionalidad es nuestro marco de referencia para juzgar la calidad de la decisión que podemos tomar. Segundo, la racionalidad es al mismo tiempo una utopía en el doble sentido de ideal de perfección y de sueño inalcanzable. Porque, como hemos querido demostrar, nuestra capacidad para establecer modelos y realizar cálculos no está siempre, ni mucho menos, a la altura de los problemas que se nos plantean. Por ejemplo, es una verdadera ilusión querer utilizar un modelo matemático-racional cuando se trata de decisiones que ponen en juego lo más esencial de nuestras vidas, donde entran de lleno los valores. Incluso se diría que esas decisiones no tienen nada que ver con los modelos. No es su terreno y más bien estorban con su engañosa promesa de claridad donde no la hay.

Si es así, ¿por qué empeñarnos en continuar enseñando exclusivamente unos métodos que no tienen otra utilidad que la de una vaga y lejana referencia? Y además ¿por qué darles una pretensión de ciencia normativa? No es intelectualmente honrado pretender enseñar cuál es la mejor decisión en cada circunstan-

(21) La utilización del papel para calcular es ya una importante prolongación de la capacidad cerebral. Su utilización data de la baja edad media.

cia. Más importante sería encaminar la enseñanza a evitar errores y comportamientos patológicos. Y después que cada uno encuentre su respuesta individual en función de las circunstancias decisionales irrepetibles a las que se vea sometido.

Por consiguiente, una ciencia de la decisión fundada sobre la base (única) de los modelos racionales, aunque extendidos, resulta absolutamente insuficiente. Se ha de partir de la realidad del acto de decidir si se quiere comprenderlo y mejorarlo. Queda pendiente la construcción de una Ciencia de la Decisión que rompa con sus orígenes matemáticos y se abra al conjunto multidisciplinar de las ciencias de la acción, incluyendo la sociología y la psicología. El artículo que el lector está leyendo nos parece ser un ejemplo modesto y tentativo de cómo abordar la explicación de la decisión sobre bases saludables y actualizadas.

Consideraciones filosóficas

Platón afirmaba que : «Los hombres no saben lo que quieren, quieren lo que no pueden hacer y hacen lo que no habían querido...» Esta es una visión del hombre. Otra sería la que se desprende de los supuestos de la teoría de la decisión: un hombre básicamente racional (con algunas salvedades y matices tal como explicamos anteriormente).

¿Cuál de las dos posiciones extremas es la más práctica? (No tiene mucho sentido ni interés preguntarse cuál es la más verdadera). Ciertos supuestos de la cultura occidental, tales como el de la libertad, el de la posible autonomía de juicio o el de una pretendida racionalidad del hombre, nos son seguramente útiles y necesarios porque sobre ellos descansa nuestra vida social. La desconfianza -o mejor la simple duda- en la racionalidad de determinados personajes sociales como el médico (22) o el juez puede resultar sin duda desestabilizadora, además de ser difícilmente aceptable por esos actores.

Sin embargo, Platón tiene razón en buena medida. La máquina de decidir con la que se nos ha dotado, no funciona tan bien como nos gustaría ni como la que suponen la justicia, el derecho, la moral, y desde luego bastante peor de lo que quisiera hacernos creer la sociedad tranquila y bien pensante.

(22) Los médicos americanos han creado la *Society for Medical Decision Making* que reúne 800 miembros y publica regularmente una revista y un boletín. (E-mail: AElstein@UIC.edu).

¿No habrá llegado el momento de dejar a un lado nuestras pretensiones teóricas para que sin angelismos la Teoría y la práctica social concuerden con la verdadera naturaleza del hombre? Ello nos llevará a concebir nuevos mecanismos sociales y formas de relaciones interpersonales, basados sobre supuestos más realistas, a nuevas formas de entender la política, el derecho, la religión.

La Teoría de la decisión necesita también ser reorientada puesto que puede ser fermento de la teoría y sobre todo de la práctica cotidiana de una gran variedad de disciplinas que van desde el derecho, la sociología, la política, la economía, hasta la psicología, evidentemente. El punto de partida no puede ser como hasta ahora exclusivamente matemático, el de la axiomática de las probabilidades. El punto de partida ha de ser antropológico.

Para terminar deseamos llamar la atención del lector sobre una última consideración. Decidir es construir la propia vida. Nuestra época favorece la creencia que tienen los hombres de hoy, de que es un derecho de cada persona humana, una ambición legítima, el disponer y realizar un proyecto personal de la vida. Modelar nuestra vida según nuestros designios. Hay en ello una mentira prometeica. No deja de ser una situación extremadamente paradójica - propia de nuestra condición de hombres- la existencia de un cierto desfase entre los sueños que nos hacen vivir y la inconfesable realidad. Este desfase pone de manifiesto la apenas aceptable fragilidad y contingencia de la condición humana que nos convierte en Sísifos en continuo movimiento entre la esperanza y la angustia.

BIBLIOGRAFÍA

- AGGLETON, J.P. (1992), «The Amygdala: Neurobiological Aspects of Emotion, Memory and Mental Dysfunction» Wiley-Liss.
- ALLAIS, M., *Le concept de l'homme rationnel devant le risque. Critique des postulats et des axiomes de l'école américaine*. *Econometrica* 21:503-46
- BERNOULLI, D., *Specimen theoriae novae de mensura sortis*. *Commentarii Academiae Scientiarum Imperialis Petropolitanae* 5, pp 175-192
- COOPER, J.R., BLOOM, F.E. & ROTH, R.H. (1991), *The Biochemical Basis of Neuropharmacology*. Oxford University Press.
- CHAUCHARD, P. (1977), *Physiologie de la conscience*. Que sais-je? PUF.

- CHAUCHARD, P. (1980), *Le cerveau humain*. Que sais-je? PUF.
- CHEW, S.H. (1989), *Axiomatic utility theory with the betweenness property*. *Annals of Operations Research*, 19:273-98.
- CHROUSOS, G.P, GOLD, PH.W. (1992), «The Concepts of Stress and Stress System Disorders. Overview of Physical and Behavioral Homeostasis». *Journal of American Medical Association*. March, 267: 1224-52.
- DAMASIO, A., *Descartes' error*. Iowa University
- DANTZER, R. (1988), *Les émotions*. Que sais-je? PUF.
- DELAY, J. (1973), *L'électricité cérébrale*. Que sais-je? PUF.
- GERSHON, E. y RIEDER, O., *Major disorders of mind and brain*. Scientific American sept. 1992, pp. 89-95
- HORGAN, J. (1994), *Can Science explain conciousness?* Scientific American July, pp. 72-79
- IGLOWITZ, J., *Virtual Reality: Conciousness really explained*. Los Angeles.(To be published)
- KAGEL, J. y ROTH, A. editores (1995), *The handbook of experimental economics*. Princeton University Press. Princeton. New Jersey.
- KAHNEMAN, D. et TVERSKY, A. (1979), *Prospect theory: An analysis of decision under risk*. *Econometrica*, 47:263-91,
- LARA, B. (1991), *La decisión, un problema contemporáneo*. Espasa Calpe, Madrid.
- LARA, B. (1989), *Patologías del decisor*. El Pais, marzo.
- LARA, B. (1993), *Negociar y resolver conflictos: un arte y una ciencia*. Hércules Hispano editor. Madrid.
- LEDOUX, J.E., *Emotion, Memory and the Brain*, Scientific American June 1994, 32-39.
- LUCAS, R., *Adaptive behavior and ecomic theory*. *En Rational choice: The contrast between economics and psychology*. Hogart and Reder editores. Chicago University Press. Chicago 217-242
- SERON, X. (1993), *La neuropsychologie cognitive*. Que sais-je? PUF.
- VINCENT, J.D. (1986), *Biologie des passions*, Ed. Odile Jacob.



Revista de Fomento Social, 51 (1996), 389-402

La Unión Monetaria Europea: planteamientos teóricos y aspectos prácticos

Tras la aplicación de las condiciones de un área monetaria óptima al espacio europeo, se describen las ventajas e inconvenientes de la unión monetaria y las distintas reacciones que ha generado el proyecto. Se completa el escrito con una exposición del proceso de puesta en marcha de la unión monetaria, tal como ha sido diseñado por los organismos comunitarios.

Adolfo Rodero Franganillo ()*

(*) Profesor del Departamento de Economía General, Ciencias Jurídicas y Sociología de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales-ETEA de la Universidad de Córdoba.

NOTA

Introducción

El tema de la unión monetaria (UM), y otros relacionados con ella, tales como la moneda única, el funcionamiento del sistema monetario europeo, etc., han sido las cuestiones más debatidas en Europa en los últimos años.

Las opiniones a favor y en contra de la UM no han estado exentas, normalmente, de un gran rigor en sus razonamientos; pero ello, no siempre, ha ido unido a una clarificación completa del punto de vista desde el cual se desarrollaba la argumentación. Así, se han mezclado, a veces, los planteamientos teóricos con las aplicaciones prácticas; las dificultades de cumplimiento de los plazos con los problemas objetivos de una UM; los inconvenientes de una moneda única con los sacrificios exigidos por un proceso de convergencia.

Nuestra opinión, por otra parte, es que este debate sobre la UM tiene un importante componente político, que no siempre aparece de forma clara en las opiniones de los líderes.

Mediante esta nota pretendemos dar un poco de claridad a este debate, aunque lógicamente no se pretenda tratar de forma completa la teoría y la práctica de una unión monetaria; ello exigiría redactar un escrito, cuya extensión superaría, sin duda, la que razonablemente puede alcanzar un trabajo de este carácter.

Condiciones exigidas por un proceso de unión monetaria

La teoría ha expuesto de forma reiterada las condiciones que debe reunir un espacio para que se pueda considerar como un área monetaria óptima (1):

1. Movilidad de los factores de producción.
2. Diversificación sectorial del producto nacional de cada país o región y de sus exportaciones.
3. Homogeneidad del marco de la política económica y del comportamiento de los consumidores.

(1) La exposición de la teoría del área monetaria óptima nos alejaría con exceso de los objetivos de este escrito, por lo que nos limitamos a recordar que estas condiciones pueden asegurar que, ante un «shock» de demanda, o bien los efectos serán análogos en todos los países que constituyen el área, o bien el proceso de ajuste será rápido y los desequilibrios no serán excesivamente graves.

Para que una unión monetaria presente un saldo positivo, será necesario, por tanto, que en el espacio correspondiente se cumplan estas tres condiciones. En otros términos: en cada uno de los países y también entre ellos, deben aparecer las tres características anteriores. Vamos a analizarlas desde el punto de vista europeo.

La movilidad de capitales en la Unión Europea (UE) y en cada uno de los países miembros es una realidad desde la creación del mercado único, cuya entrada en vigor, de forma gradual, ha alcanzado ya a todos los estados. El proceso conjunto de unión económica y de unión monetaria viene justificado por esta exigencia de la movilidad de los factores (2). Lo reciente de la creación de un mercado único de capitales, unido a unas relaciones de clientela de carácter secular, y a la existencia de una estructura de los respectivos sistemas de crédito de alcance nacional, determina que la movilidad del capital sea todavía bastante limitada; sin embargo, la rapidez con que se han ido produciendo ciertos cambios, en el sentido de una ampliación de los mercados financieros nacionales hacia un espacio europeo, hacen pensar que la movilidad de capitales será pronto una realidad plena.

La normativa comunitaria ha puesto, también, las bases para que sea posible la movilidad del factor trabajo en la Unión, tal como sucedía en cada uno de los países. En este aspecto, las costumbres, que parten de tradiciones históricas, las barreras idiomáticas y culturales, hacen muy difícil que la movilidad de los trabajadores se cumplan, de forma amplia, en la actualidad. Desde un punto de vista coyuntural, la existencia de altos niveles de paro en todos los países de la UE, representa una barrera casi infranqueable a los movimientos migratorios entre los países europeos. El equilibrio de rentas que es necesario en un área monetaria, difícilmente se alcanzará en Europa mediante movimientos del factor trabajo, al menos durante los próximos años.

Una diversificación profunda, sobre todo de tipo sectorial, del producto nacional de los países comunitarios, significaría una complementariedad de las

(2) Hay precedentes de procesos de integración económica que no han ido unidos a una unión monetaria. En la propia UE, tanto el Mercado Común como el actual mercado único han coexistido con la diversidad monetaria. Sin embargo, es dudoso que una unión económica plena pudiera existir sin unión monetaria; las «fronteras» monetarias impedirían que se pudiese alcanzar una unidad en lo económico.

respectivas producciones, que a su vez permitiría una alta cifra de intercambios comerciales. Esta condición, por tanto, aseguraría la posibilidad de obtener con facilidad un equilibrio económico en todo el espacio monetario, lo que no sería posible en unas economías con producciones sustitutivas, en las que el equilibrio se tendría que alcanzar mediante lentas y costosas variaciones de la renta y del producto nacional. En Europa se podría considerar que esta condición se cumple, de forma suficiente, a la vista del elevado volumen de intercambios comunitarios, lo cual es un reflejo de la gran diversidad sectorial de la producción de los países de la Unión. No hay que olvidar, sin embargo, que las diferencias no sólo tienen un carácter sectorial, sino que también alcanzan a los procedimientos de producción y a la incorporación de innovaciones técnicas. Estas últimas diferencias hacen pensar que la unión económica y la monetaria exigirán importantes y difíciles ajustes y, quizás, mayores retrasos de las regiones menos desarrolladas (3).

La homogeneidad de las políticas económicas, permitiría unos niveles cercanos de inflación y del tipo de interés entre los distintos espacios, contribuyendo de esta forma al equilibrio económico en todo el ámbito de la moneda única. En la misma línea, la homogeneidad del comportamiento de los consumidores haría posible que los impulsos de la política económica se transmitiesen en la misma forma y, aproximadamente, en el mismo período de tiempo. Con respecto a esta condición, la diversidad en los países de la UE era muy elevada. Por ello, fueron adoptadas dos decisiones con el fin de armonizar las políticas económicas de los países miembros: a) la autonomía de los bancos centrales y la prohibición de que el banco emisor financie el déficit público; y b) la obligación de los estados de presentar unos programas de política económica a medio plazo que deben ser discutidos y aprobados por el consejo de ministros de la UE. Estas normas aseguran que la política económica de los estados siga una línea común, pero no hay que olvidar, que la existencia de importantes diferencias de comportamiento de los agentes económicos de los distintos países puede determinar que los mecanismos de transmisión de los impulsos de la política económica funcionen de forma muy diversa en cada uno de los estados miembros.

En resumen, las características del espacio europeo permiten afirmar que la

(3) Estas circunstancias explican la creación del Fondo de cohesión para paliar los costes de la unión monetaria en los países menos avanzados.

unión monetaria puede tener efectos favorables en la UE, aunque no está exenta de costes y de sacrificios. Sin embargo, las diferencias sustanciales de la situación económica de los distintos países hace más compleja y difícil la creación de la moneda única; esto ha obligado a fijar los criterios de convergencia como condición previa a la UM. Sin embargo, hay que tener presente, en todo caso, que los sacrificios que exige el cumplimiento de las condiciones de convergencia son necesarios para asegurar el equilibrio económico de los países europeos; con o sin unión monetaria es preciso alcanzar los equilibrios básicos contenidos en dichos criterios de convergencia.

Ventajas e inconvenientes de la unión monetaria

La principal ventaja de la UM es la eliminación del riesgo de cambio. La incertidumbre sobre el valor exterior futuro de una moneda puede desalentar la producción de bienes destinados al exterior, frenando por tanto los intercambios comerciales. No es casualidad que los empresarios europeos, con vocación exportadora, estimen como una amenaza la demora de la implantación de la moneda única. Es evidente que unos cambios fijos irreversibles tendrían el mismo efecto favorable sobre la balanza comercial, pero para ello es necesario que el mercado se «crea» que los cambios son efectivamente **irreversibles**, lo cual es muy dudoso dada la experiencia reciente.

La desaparición del riesgo de cambio tiene una ventaja añadida: los movimientos de capitales entre países se producirían solamente por diferencias de las tasas de interés y de otras condiciones financieras y no por las expectativas sobre los cambios. En consecuencia, se fortalecerían y profundizarían los mercados financieros europeos. Habría que añadir que ciertas actividades de cobertura, o especulativas, de los riesgos de cambio, por ejemplo las operaciones con derivados, reducirían su importancia en términos cuantitativos, pero ello no iría en detrimento de la amplitud de los mercados financieros sino al contrario.

En este sentido, la eliminación de las «fronteras» monetarias, permitiría que aquellos países que tengan unos tipos de interés más elevados, entre ellos España, pudieran reducir sensiblemente estas tasas, ya que los diferenciales de interés, en una unión monetaria y con unas políticas monetarias coordinadas, no podrían mantenerse.

Desde otro plano, se pueden señalar otros efectos positivos de la UM:

1. La supresión de los costes de transacción por el intercambio de monedas, abarataría y facilitaría las operaciones económicas entre países. Desde el punto de vista del consumidor, esta reducción de costes puede llegar a ser importante.
2. Las diferencias salariales entre los países de la Unión serían más evidentes, más «visibles», con una moneda única, lo cual podría incentivar la movilidad de los trabajadores, que se ha comentado anteriormente. Pensamos, sin embargo, que las barreras de otro tipo, ya indicadas, hacen difícil los movimientos migratorios en el momento actual.

En el capítulo de los inconvenientes de la UM, hay que subrayar, en primer lugar, la pérdida de autonomía de la política monetaria. En una UM es imposible mantener políticas monetarias independientes por parte de cada uno de los países participantes. En el proceso de unión monetaria, en Europa, está previsto que el diseño de la política monetaria corresponda al Banco Central Europeo, mientras que los bancos centrales de los países sólo podrán ejecutar e instrumentar esta política. Los países perderían un importante instrumento para luchar contra la inflación o para alcanzar otros objetivos de la política económica, es decir, una política monetaria independiente. En otros términos, habría una reducción sustancial de la soberanía nacional.

La UM lleva consigo, también, una pérdida importante de la autonomía en el terreno de la política financiera. El mercado único financiero, la moneda única, y la liberalización de las operaciones financieras, eliminan la posibilidad de una política financiera que pueda incidir en los comportamientos de los mercados. La actuación de la autoridad monetaria en este sentido se tendría que limitar a la supervisión y control de las entidades.

El problema más grave, en cierto modo, es la necesidad de cumplir las condiciones de convergencia, lo cual va a exigir importantes sacrificios. Sobre todo, la reducción del déficit público que va a obligar a contraer diversos componentes del gasto público. Como se indicó anteriormente, estos objetivos de saneamiento de la economía de algunos países de la Unión viene exigida no sólo por la posible UM, sino también por la necesidad de poner a punto a las economías de estos países para competir en los mercados interiores y exteriores.

El debate sobre la unión monetaria

Los últimos meses han sido pródigos en la exposición de opiniones contradictorias sobre la UM, de las cuales se han hecho eco los medios de comunicación.

En primer lugar aparece un grupo importante de opiniones que se oponen a la UM, principalmente por alguna de las razones siguientes:

- A. El elevado coste económico y social de la UM, como resultado de la necesidad de cumplir las condiciones de convergencia, que hemos comentado anteriormente. Se ha calculado, por ejemplo, que el proceso de unión económica y monetaria reducirá el empleo en 2.000.000 de personas.
- B. La oposición entre mercado libre y UM. Se defiende el mercado libre como el mejor sistema para conseguir la construcción de la unión económica mientras que la UM se valora como una iniciativa de los burócratas comunitarios, con escasa aceptación del hombre de la calle. Estas opiniones proceden, con frecuencia, de políticos británicos o responsables financieros del mismo país. En este mismo grupo podríamos incluir las opiniones de empresarios, españoles en concreto, que temen una pérdida de competitividad de los productos españoles una vez que funcione el **euro**, la moneda comunitaria.

También se ha ido extendiendo una propuesta que no pone en cuestión la creación de una UM, pero que duda sobre la necesidad de crear una moneda europea (4). La fortaleza del marco alemán unido a su aceptación como moneda en algunos países europeos, sobre todo del Este, ha dado lugar a una actitud de rechazo del euro, proponiendo incluso que la UM pivotase sobre el **euromarco**; esta opinión, por tanto, no teme una unión monetaria, pero sí la pérdida del papel protagonista del marco en la economía europea. Este ambiente contrario al euro ha dado lugar, incluso, a movimientos de huida de capitales alemanes hacia Suiza.

Desde otro punto de vista, se ha planteado el aplazamiento de la UM, aunque se acepta un proceso unificador para un futuro no determinado. En el mismo

(4) La UM sin moneda única exigiría, al menos, dos condiciones: a) tipos de cambio fijos con carácter **definitivo**; y b) la eliminación de las bandas de fluctuación. Es difícil que los agentes económicos lleguen a aceptar que, efectivamente, los tipos de cambio no se van a modificar en ninguna circunstancia, por lo que este modelo no estaría libre de presiones especulativas. Ello, unido a otras limitaciones, hacen desaconsejable una unión monetaria sin moneda única.

sentido, grupos de empresarios mantienen que es imposible iniciar la UM en 1999. Las propias autoridades monetarias germanas, y otros políticos alemanes que se habían opuesto radicalmente a cualquier aplazamiento, comienzan a contemplar esta posibilidad.

En el lado opuesto a estas opiniones, aparecen las de aquellos que defienden sin fisuras la necesidad de una UM europea en un plazo lo más breve posible. Entre ellos se incluyen los empresarios que son partidarios de la unión monetaria como medio para competir en el mercado único y los políticos de aquellos estados miembros más favorables a la moneda única. Las razones que alegan en favor de la UM suelen ser las que hemos recogido en el apartado anterior. Los miembros del gobierno y otros políticos españoles forman parte de los defensores a ultranza de la UM, la unanimidad a este respecto se ha debilitado en los últimos meses, en los que figuras significativas, como el ex-ministro Boyer que formó parte del Comité Delors, el cual diseñó el proceso de la UM, han mostrado su desacuerdo con el proceso de unión.

Es curioso observar que el gran adalid de la oposición a la UM, Gran Bretaña, muestra su pragmatismo en la toma de decisiones. Así, el presupuesto británico para el 1996 se elaboró renunciando a la posibilidad de expansión para **no alejarse de la unión económica y monetaria**.

Entre los «euroescépticos» se ha manejado, a veces, el fracaso del sistema monetario europeo (SME) en 1992 como argumento en contra de la UM; ello es una muestra de la falta de coherencia de algunos planteamientos. En primer lugar, el carácter irrevocable de una unión monetaria establece unas coordenadas que no son homologables con un tipo de cambio fijo. En segundo lugar, desde nuestro punto de vista, en 1992 no fracasó el SME, sino al contrario: la desconfianza de los mercados sobre la estabilidad del sistema, fue provocado, entre otras razones, por el rechazo del Tratado de Maastricht por parte de algunos países; la falta de confianza provocó la tormenta monetaria, y no los hipotéticos defectos del SME.

En resumen, existen razones a favor y en contra de la UM, argumentos también para demorarla o para mantener el calendario, ninguna de ellas es concluyente de forma absoluta. Es posible una unión económica sin UM, es discutible si el momento es el más adecuado para instaurar la moneda única, pero pensamos que lo que no es discutible es que en el fondo del debate aparecen razones políticas. Que Alemania puede ser la economía hegemónica de la UE,

que Gran Bretaña prefiera una Europa distinta en la que su economía recupere un papel central, etc., son probablemente las razones verdaderas que explican los debates actuales.

En consecuencia, sólo una decisión política podrá dar el impulso final a la UM o rechazarla.

La puesta en marcha de la unión monetaria

La Comisión Europea aprobó el 31 de Mayo de 1995 un documento (denominado el «Libro verde»), en el que recogió los aspectos prácticos de la introducción de la moneda única, que salvo en algunos aspectos puntuales, no ha sufrido modificaciones sustanciales, por lo que es de prever que si se mantiene el proyecto de UM seguirá en líneas generales las fases recogidas en esta propuesta. Reproducimos a continuación un cuadro resumen incluido en el «Libro verde», del que comentaremos, en los párrafos siguientes, algunos detalles (5).

Determinación de estados miembros que participarán en la UM

Eliminada ya la fecha de 1997 para el comienzo de la 3ª fase de la UM, ésta deberá comenzar en 1999. Previamente se determinarán los países miembros que participarán inicialmente en la UM. Sobre el momento en que se hará esa selección de países, ha habido divergencias entre Francia y Alemania por razones de sus calendarios electorales. Finalmente se ha utilizado una fórmula ambigua: «lo más pronto posible dentro del año 1998», para determinar el momento de la elección de países.

En 1998, por consiguiente, los países elegidos deberán cumplir los criterios de convergencia; pero existe el temor de que la estabilidad, medida en una fecha concreta, no cree unas expectativas de estabilidad a medio plazo; por ello, el consejo de ministros de la UE estableció que la convergencia deberá mantenerse entre los países participante más allá del principio de la UM, ya que en caso contrario podrían descolgarse de la misma.

(5) El Instituto Monetario Europeo ha redactado otro documento: **El proceso de cambio a la moneda única**, que coincide, en su mayor parte, con el **Libro verde**, nos limitamos a comentar este último.

LA INTRODUCCIÓN DE LA MONEDA ÚNICA SECUENCIAS DE HECHOS

FASEA puesta en marcha de la UM	FASEB entrada en vigor de la UM	FASEC plena introducción de la moneda única
PRINCIPIO DE LA FASE	PRINCIPIO DE LA FASE	PRINCIPIO DE LA FASE
<ul style="list-style-type: none"> * Lista de estados miembros que participan * Anuncio de la fecha de entrada en vigor de la UEM * Fecha límite para la introducción completa de la moneda única * Constitución del SEBC y del BCE * Inicio de la producción de billetes y monedas 	<ul style="list-style-type: none"> * Fijación de las tasas de conversión * El ecu se convierte en moneda en sí misma * Mercados interbancarios, monetarios, de capitales y de cambios, en ecus * Las nuevas emisiones de deuda pública se efectúan en ecus * Sistemas de compensación de pagos al por mayor en ecus 	<ul style="list-style-type: none"> * Introducción de monedas y billetes en ecus * Los bancos completan la conversión (sistemas de pagos de negocios al por menor) * Retirada de billetes y monedas nacionales * Operadores públicos y privados completan la conversión * Únicamente se utiliza el ecu
A LO LARGO DE LA FASE	A LO LARGO DE LA FASE	
<ul style="list-style-type: none"> * Avance en la preparación y aplicación de medidas que habrán sido adoptadas anticipadamente, si es posible: <ul style="list-style-type: none"> - Marco legal - Estructura directiva nacional * Plan de conversión de la comunidad bancaria y financiera 	<ul style="list-style-type: none"> * Bancos e instituciones financieras continúan la conversión * Operadores públicos y privados distintos de los bancos continúan la conversión en la medida que lo permitan las circunstancias 	
MÁXIMO, 1 AÑO	MÁXIMO, 3 AÑOS	VARIAS SEMANAS

La creación de las instituciones monetarias

Un paso importante del proceso es la creación del Sistema Europeo de Bancos Centrales (SEBC) y del Banco Central Europeo (BCE).

El SEBC se creará a lo largo de la fase A que durará un año y el BCE deberá iniciar sus actividades al comienzo de esta fase. En el SEBC participarán los bancos centrales de los países miembros, tanto de los que participan como de los que no participan en la UM, así como el propio BCE. Aunque son evidentes las respectivas competencias de ambas instituciones, quedan zonas de sombra sobre la distribución de algunas funciones monetarias entre ambas entidades. Sí es claro que el BCE realizará la emisión de billetes y monedas denominadas en euros, aunque en la emisión en cada país intervenga también el banco central respectivo.

El BCE estará encargado de la definición y diseño de la política monetaria y de la política de cambios. En este terreno a los bancos centrales sólo le corresponderá la instrumentación y aplicación de esas políticas, careciendo de autonomía al respecto. En la fase B, que tiene un carácter de preparación a la UM plena, el SEBC realizará actividades para promover el uso del euro y preparar la política monetaria única de la UE.

La moneda única

Como es sabido, en la cumbre comunitaria de Madrid de 1995 se fijó el nombre de euro para la moneda única, en lugar de ECU que es la denominación de la moneda del sistema monetario europeo. Con este cambio formal, sin duda, se ha querido acentuar el valor monetario en sí mismo del euro, en contraste con el carácter de moneda cesta del ECU, desvinculándolo plenamente de las monedas nacionales.

Se pretende que la utilización de la nueva moneda no sea resultado, únicamente, de una decisión comunitaria, sino que se vaya alcanzando a través de una aceptación gradual de los agentes económicos; por ello se establece que la fase B que precede a la introducción definitiva del euro tenga una larga duración: unos tres años.

El papel de las instituciones de crédito

Las administraciones públicas tendrán un importante protagonismo en la introducción de la moneda (elaboración de la normativa legal, emisión de deuda pública en euros, etc.), pero ello no debe hacer olvidar la importancia de las operaciones que deberán realizar los bancos y las demás instituciones de crédito a lo largo de toda esta tercera fase de la UM.

La transformación de un sistema de pagos en moneda nacional a otro en euros requerirá un esfuerzo importante de las instituciones y una tarea de información y asesoramiento a su clientela. Todo ello es costoso, se ha hecho un primer cálculo sobre el coste para el sistema financiero del cambio a la moneda europea, en el que se cita la cifra de 150.000 millones de ptas. Además, esta transformación requiere un período de tiempo que debe ser más amplio que la duración prevista para la fase B, según mantienen algunas entidades. La falta de experiencias anteriores sobre un proceso de estas características ha llevado al Instituto Monetario Europeo a dejar en libertad a la banca para decidir en qué momento utilizarán, de forma exclusiva, la moneda única.

La relación con el euro de las monedas de los países no participantes

Este es uno de los temas pendientes, que deberá ser resuelto antes de 1999. Su tratamiento, a nivel de propuesta, en la cumbre de Madrid, sólo llegó a algunas consideraciones de carácter general, sin entrar en aspectos concretos. Por ejemplo, se decidió que el sistema de relación con el euro debería crear expectativas de estabilidad, no interferir en la ejecución de la política monetaria de la Unión, servir de preparación a la futura incorporación de estas monedas a la UM, etc.

Cualquiera que sea la decisión que se adopte en este terreno, lo que parece seguro es que se mantendrá un tipo de cambio fijo entre las monedas nacionales y el euro, cuyo funcionamiento responderá, probablemente, a los mecanismos presentes en el SME (6).

(6) En las recientes reuniones de los ministros de economía y finanzas (ECOFIN) de Verona y de Dublín se ha seguido avanzando en estos temas, aunque las decisiones se reservan a las «cumbres» de jefes de estado y de gobierno. Con relación a las monedas que queden fuera de la UM se propone un sistema equivalente al SME, con una banda, probablemente, del $\pm 15\%$, y en la cual el BCE tendría algunas competencias en relación a los realineamientos y podría intervenir

Pero el funcionamiento de este nuevo SME, que hay que suponer de tipo transitorio, se desarrollará en un contexto muy distinto al actual, ya que en palabras del gobernador del Banco de España (7) *el núcleo de países consolidado como un área de estabilidad macroeconómica y con una moneda fuerte y estable ejercerá una especie de atracción gravitatoria sobre los países temporalmente excluidos. Éstos se verán abocados a hacer de la convergencia con el núcleo inicial el elemento central de su política económica.*

Conclusiones

Se ha planteado, reiteradamente, si es posible un mercado único sin UM. En nuestra opinión no es indispensable una moneda única para avanzar en un mercado europeo de productos y de factores; la globalización de los mercados es una prueba de ello. Creemos, sin embargo, que una unión económica, que es algo más que un mercado único, se vería frenada por la existencia de distintas monedas. El riesgo es una barrera importante de los intercambios, un creador de incertidumbre y una causa de aumentos de los costes financieros y monetarios. No es absurdo pensar en una Europa sin moneda única, por ejemplo, con un SME reforzado y perfeccionado, pero ello tendría un coste importante para alcanzar los objetivos del Tratado de Maastricht.

El que valoremos positivamente la creación de una UM europea, no debe hacernos olvidar que ésta puede provocar problemas importantes en el corto plazo, que pueden ser muy gravosos para los países y las regiones menos avanzadas del espacio comunitario. La ayuda de la UE a estos países y la adopción de decisiones por parte de los propios países, para superar estas dificultades, es una necesidad perentoria durante estos años previos a la UM.

La unión monetaria, no sólo parece deseable, sino que consideramos que es posible alcanzarla en los plazos previstos. Se podría plantear un aplazamiento en espera de unas circunstancias más favorables; sin embargo, los pasos que se han dado ya en el proceso de UM no hacen aconsejable este retraso, que podría dejar en «vía muerta» el proceso de unión monetaria. Otra cosa distinta es que aun

en defensa de las paridades. Todo esto demuestra que el proceso sigue adelante y, en nuestra opinión, que la marcha atrás, es decir, la renuncia a la UM, es ya prácticamente imposible.

(7) L.A. Rojo (1996), pág. 8.

aceptando la importancia de los criterios de convergencia, se pudiera plantear una mayor flexibilidad en relación a su cumplimiento.

Insistimos, de nuevo, en que la UM es, además, una decisión política. Si existe voluntad política, la UM es posible y será una realidad. Si los líderes europeos y los propios ciudadanos no la aceptan, no habrá unión monetaria.

Una última pregunta nos planteamos ¿le conviene a España estar en el grupo de países que inicien la UM? El estar ausente de la UM inicial podría hacer dudar a los mercados sobre la capacidad de nuestro país para alcanzar la estabilidad económica, creando unas expectativas que harían aún más difícil competir en los mercados y lograr un nivel adecuado de bienestar.

No obstante, la posibilidad de incorporarse a ese grupo de países participantes en la UM exige que las instituciones monetarias y financieras y los agentes económicos de nuestro país comenzasen inmediatamente a adoptar las decisiones que permitiesen la incorporación a la unión. Los líderes políticos españoles pero también los agentes económicos y sociales tienen la última palabra.

Bibliografía

- EUROPEAN MONETARY INSTITUTE (1995), *The changeover to the single currency*, Ed. EMI, Frankfurt.
- LOUIS, J.V. (1988), *Del Sistema monetario europeo a la unión monetaria*, Ed. Centro de Estudios Constitucionales, Madrid.
- ROJO, L.A. (1996), «La Unión Monetaria», *Boletín económico Banco de España*, Febrero 1996, pp. 5 a 10.
- «Debate sobre la unión monetaria», *Diario El País* 11-2-96, pp. 52 y 53.
- «El Consejo Europeo de Madrid y la Unión Económica y Monetaria Europea», *Boletín económico Banco de España*, Diciembre 1995, pp. 49 a 54.
- «El euro, moneda única de la Unión Europea», *Informe mensual Caixa*, n° 177, pp. 69 a 76.
- «Estado actual y futuro de la unión económica y monetaria» (n° monográfico), *Perspectivas del sistema financiero*, n° 45.
- «La moneda única europea», *Diario El País* 14-12-95, pp. 16 y 17.
- «The Green Paper on the Practical Arrangements for the Introduction of the Single Currency», *European Economy*, n° 6, 1995, pp. 1 a 8.



Revista de Fomento Social, 51 (1996), 403-418

RECENSIONES

SOCIOLOGÍA

AUTORES VARIOS (1996), *Cultura de la tolerancia*, Ed. Seminario de Investigación para la Paz, Zaragoza, 99 págs.

1995 fue el «Año Internacional de la Tolerancia», es decir, el año dedicado a sensibilizarnos sobre la tolerancia, ya que no se distinguió precisamente por el avance de la misma. El «Seminario de Investigación para la Paz», de Zaragoza, dedicó sus debates en el último trimestre del año al tema de la tolerancia. Los debates tuvieron, como viene siendo habitual en el Seminario, un carácter interdisciplinar. Los mismos títulos de los cinco materiales de base para la discusión, y sus autores, así lo atestiguan.

Luis López Yarto, profesor de psicología social en la Universidad de Comillas, nos habla sobre las «raíces psicológicas

de la tolerancia y la intolerancia». Hace un recorrido sobre las caracterizaciones que diversos autores han dado de la personalidad autoritaria (Fromm, Maslow, Adorno, Hoffer, Rokeach) y del concepto cercano de dogmatismo. Vale la pena reseñar la cita de Fromm con que comienza su exposición: «La amenaza más seria para nuestra convivencia y nuestra democracia NO ES la existencia de los estados totalitarios extranjeros. Es la existencia en nuestras propias actitudes personales, la existencia en nuestras propias instituciones de los mismos factores que en esos países han otorgado la victoria a la autoridad exterior y estructurado la disciplina, la uniformidad y la confianza en el líder. El campo de batalla está también aquí: en nosotros mismos y en nuestras instituciones».

José R. Bada Panillo, del Seminario de Investigación para la Paz, en un texto de carácter filosófico, nos habla de «la tolerancia, entre el fanatismo y la indiferen-

BIBLIOGRAFIA

cia». Rememorando la imagen de Toymbee sobre el soldado y el santo concluye con la necesidad de aunar solidaridad y tolerancia frente a fanatismo e indiferencia.

José Gómez Caffarena, profesor de Filosofía de la Religión en la Universidad de Comillas, expone las relaciones entre «religión y tolerancia» (y entre religión e intolerancia). Examina si el monoteísmo es raíz en sí mismo de intolerancia o sus manifestaciones de intolerancia han ido acompañadas por reivindicaciones étnicas y nacionalistas; por qué puede hacerse intolerante la actitud religiosa (cuando desemboca en el dogmatismo, el legalismo y el ritualismo) y cómo la concepción cristiana de Dios lleva más allá de la tolerancia.

Antonio García Santesmases, profesor de Filosofía Política en la UNED, enfoca «la tolerancia en el ámbito político». La tolerancia está vinculada fundamentalmente a la democracia y, en su origen, ligada al liberalismo. Los años treinta, con la aparición de dos fenómenos paralelos pero enemigos entre sí, el fascismo y el estalinismo, provocan la crisis del liberalismo y con ella la de la tolerancia. Los intentos de superación de esa crisis llevan a una concepción de la política reducida a una resolución técnica de los problemas y alejada del ámbito de las cuestiones de sentido (concepciones globales e ideológicas). El estado del bienestar es la condición de posibilidad de un tal entendimiento de la política. En el final del milenio, las dificultades para la tolerancia no provienen ni de los extremos totalitarios ni de la apatía que siguió a la segunda

guerra mundial: el obstáculo actual tiene como nombre la impotencia de la política (impotencia frente al desempleo, la marginación y la exclusión) y la inseguridad que ella crea en los ciudadanos.

Concluye considerando las dos condiciones que, a su juicio, hacen viable la tolerancia en el ámbito político: la existencia de un conjunto de valores (filosóficos, culturales, religiosos) instaurados en la sociedad en torno a la tolerancia y la existencia de un determinado modelo socioeconómico (en definitiva tendente a suprimir las desigualdades) que la haga posible.

Finalmente, Tomas Calvo Buezas, Catedrático de Antropología Social en la Universidad Complutense de Madrid, se pregunta: «¿Europa racista» Educar en la solidaridad como respuesta». Si es innegable que existen una Europa y una España en la que renacen sentimientos xenófobos y racistas, no es menos cierto que existe también otra Europa y otra España: la de la solidaridad y la tolerancia.

La clave explicativa de los fenómenos racistas y xenófobos (que no son anecdóticos o aislados) no hay que buscarla reduccionistamente sino en un entramado reforzante de la discriminación, en el que juegan: la clase o subclase explotada, la nacionalidad no europea, la etnia-cultura no apreciada y la raza despreciada. El camino más idóneo para la superación de tales sentimientos y prejuicios no es otro que la educación y la creencia en la posible utopía solidaria.

Rafael Yuste Moyano S.J.

AUTORES VARIOS (1995), *La figura del padre en las familias de las sociedades desarrolladas* (Actas del Simpósium Internacional. Las Palmas de Gran Canarias. Octubre 1944). Ed. Gobierno de Canarias, Universidad de las Palmas de Gran Canarias, Fundación de Orientación Familiar de Canarias.

El tema escogido para este Simpósium Internacional celebrado en Las Palmas de Gran Canarias en Octubre de 1944 no puede ser más novedoso: la figura del padre en el mundo cambiante de las sociedades desarrolladas. Y la novedad está, como apunta uno de los ponentes, en que hasta ahora los historiadores y sociólogos de la familia, centraron la atención de sus estudios, o bien en el rol de los «padres», hombre y mujer indistintamente, o bien en el rol de la madre.

El centrar la atención de una reunión internacional de expertos en la figura del padre se más que justifica por los profundos cambios que está experimentando la figura del padre en las sociedades desarrolladas. Para empezar, las reformas de los Códigos Civiles ha privado al padre de los privilegios legales que había disfrutado durante tanto tiempo, luego la entrada de la mujer en el trabajo lo ha privado del rol de sustentador de la familia, con la consecuente pérdida de poder y autoridad en la misma; las nuevas técnicas de reproducción asistida han hecho que ni siquiera para esta función esencial de la familia sea necesaria la

figura del padre; finalmente, las nuevas formas de organización de la familia, especialmente, la proliferación de familias monoparentales ha llenado el papel del padre de incertidumbres. ¿Cual es, realmente, el papel del padre en la nueva sociedad?. Esta es la pregunta que intentan contestar desde distintos puntos de vista las ponencias y comunicaciones que componen el libro que reseñamos.

La primera ponencia, del sociólogo Salustiano del Campo, ya plantea la gran incógnita: de si vamos «Hacia una Familia sin Padre». Luego siguen dos ponencias que analizan desde el punto de vista psicológico y sociológico la familia en Canarias.

A estas aportaciones introductoras sigue lo que puede considerarse la parte más importante del libro, las seis ponencias que tratan directamente del problema de la paternidad en nuestros días. La primera ponencia da una «Perspectiva sobre la Historia de la Paternidad», analizando los temas de la propiedad y el poder como determinante del rol de padre en las sociedades occidentales. La segunda ponencia trata de «La paternidad vista desde dentro» cuya idea principal es que, según el autor, no existe una sola forma de paternidad, sino varias y muy diversas según sean los hijos de quienes se es padre. No es lo mismo, por ejemplo, ser padre de un niño que de una niña, ni ser padre de un bebe que de un adolescente o de una persona adulta. Puesta esta premisa el autor analiza no menos de ocho tipos de paternidades según sea el sexo y la edad de los hijos. La paternidad

es, según el autor, un proceso que va evolucionando a medida que van cambiando los hijos y a medida que el hombre «aprende» a ser padre, pues tampoco es lo mismo empezar a ser padre con el primer hijo que llevar veinte, treinta o cuarenta años siendo padre de cinco a seis hijos.

La Dr. Ann-Sofie Ohlander de la Universidad de Upsala, da una visión histórica de la paternidad en Suecia, que podría ser, en general, la de la mayoría de los países europeos, en la que muestra que antes del siglo XIX los padres se ocupaban más de sus hijos, pero cuando a mediados del siglo XVIII con la revolución industrial la economía familiar empezó a desmoronarse y el hombre tuvo que empezar a abandonar el hogar para ir a trabajar, a veces muy lejos de su familia, los roles del padre y la madre se fijaron como: sostén de la familia el varón y cuidadora del hogar y los niños la mujer. Hoy sin embargo, según la Dr. Ohlander, hay un movimiento de vuelta del hombre al hogar.

Otra experta de los países nórdicos, la Dr. Irene Levi de la Universidad de Trondheim (Noruega) presenta los resultados de un estudio realizado entre un grupo de niños de su país sobre la figura del padrastro, personaje cada vez más extendido dado el creciente número de divorcios. La autora da primero una tipología del padrastro: El «reconstructor» que considera que el fallo del primer matrimonio se debió a la pareja, no a la estructura familiar y, por tanto, quiere reconstruir el mismo tipo

de familia que existía en el primer matrimonio siendo él un sustituto del padre que se ha marchado. El segundo tipo es el que «espera a ver qué sucede» pues no está seguro de cual será el tipo de familia que mejor se adaptará a la nueva situación; este padrastro no quiere sustituir para los hijastros al padre que se ha marchado y prefiere ser para ellos un amigo. El tercer tipo de padrastro, también «reconstructor», considera que la causa del fracaso del primer matrimonio no fue la pareja sino la misma estructura de la familia y, por tanto, pretende reconstruir algo completamente nuevo; rechaza para sí el papel de padre, y prefiere jugar el de tío o hasta abuelo que cuida de los niños que conviven con él. Y ¿cómo ven los hijos al padrastro?. Según los resultados del estudio, parece que los niños consideran que en caso de divorcio lo que se ha roto no es la familia sino meramente la pareja y, por tanto, aceptan al padrastro como un miembro más de la familia bien como sustituto del padre, bien como amigo o como familiar cercano. La lástima de este interesante estudio es que no nos dice la edad de los encuestados, afirmando solamente que eran «mayores de cinco años», pero, naturalmente, la imagen que se tenga del padrastro y su agrado de aceptación será muy diferente si su llegada al hogar se produce cuando el niño o la niña tienen cinco años o cuando tienen catorce.

Las dos siguientes ponencias abordan el tema de la paternidad desde el punto de vista legal y ético («Perspectivas legales de la paternidad» e «Impacto

ético-social de las técnicas de reproducción humana en la figura del padre»). En el aspecto ético el ponente apunta al peligro del posible divorcio entre «padre real» y «padre biológico» lo que supone la creación de «una asimetría en la pareja, con las posibles complicaciones para la relación entre los cónyuges y para la relación del padre con el hijo» (p.260).

El tercer grupo de ponencias se centra en el análisis de la familia monoparental, es decir, aquella en la que falta el padre o la madre. Después de una interesante ponencia sobre la influencia del padre en el desarrollo de los hijos a los que ayuda, según la ponente, Dr. M^a Jose Rodrigo López de la Universidad de La Laguna, a «la promoción del desarrollo motor y el juego, la autonomía y la independencia, así como al establecimiento de su identidad sexual» (p.272), siguen cinco ponencias sobre la familia monoparental por falta del padre en las que los ponentes cometen el mismo error que otros ponentes anteriores habían denunciado: hablan más de los problemas de la madre y los hijos privados de un esposo o un padre, que de los problemas del padre privado de una esposa o unos hijos.

El Simpósium era sobre el padre y hubiese sido interesante estudiar la situación del hombre divorciado que se ve privado, por su propia voluntad o contra su voluntad, no sólo del hogar sino también, con frecuencia del trato regular con sus hijos. En estas ponencias parecería, como es común pensar, que los únicos que sufren una experiencia traumática con el divorcio es la esposa y los hijos,

pero no el esposo y padre. Hacen falta estudios serios sobre las consecuencias del divorcio en el hombre, así como sobre las familias monoparentales en las que es el hombre el que se ha quedado con el cuidado de los hijos. Este Simpósium hubiese sido una gran oportunidad para analizar estos temas, pero la oportunidad se dejó escapar.

A estas 17 ponencias se añaden 5 comunicaciones: dos sobre la figura del padre en la comunidad gallega y andaluza; otra sobre «Paternidad y educación materna» en la que, desgraciadamente, no se dice nada de la educación «paternal»; otra comunicación apunta a la falta en nuestra sociedad occidental de una «expresión cultural-simbólica de la paternidad como experiencia real, vivencial, subjetiva de los hombres... no incluye un Ideal Paternal en el modelo de masculinidad como sucede llamativamente con el Ideal Maternal en la conformación de la feminidad» (239). La última comunicación, hermosamente escrita, intenta exponer «El significado de la paternidad», pero la autora, la Dr. Marcela Chavarria Olader de la Universidad Panamericana de México D.C., nos confunde, pues ella entiende esta «paternidad» no como un atributo del hombre, distinto al atributo femenino de «maternidad», que es de lo que trataba el Simpósium de «Las Palmas de Gran Canarias, sino como el atributo común de hombres y mujeres de ser «padres» («Varón y mujer pueden ser padres en este elevado sentido» (p.459). Y ¿cual es el sentido de esta peculiar «paternidad» compartida por hombre y mujer?

BIBLIOGRAFIA

«La paternidad de la persona -dice la Dr. Chavarrí- en forma plena, se encuentra en la integración de la generación y la educación de los hijos como única realidad humana» (p.460).

Las conclusiones del Simpósium muestran lo difícil que es el tema tratado, pues estos expertos tienen pocas conclusiones que sacar sobre la «paternidad, tema específico de este encuentro internacional, y las completan con conclusiones sobre «la familia en general» y sobre «políticas familiares». Sin duda la idea más interesante de todo el Simpósium es la que afirma que «la crisis de la figura paterna supone una crisis profunda en el hecho de ser hombre» (p.469). Pero, después de leer estas casi 500 páginas de eruditos, todavía queda sin contestar la primera pregunta: ¿qué es ser padre?

Gaspar Rul-lan Buades

EMPRESA

MORALES GUTIÉRREZ, A.C. (1995), *Análisis de las organizaciones. Fundamentos, diseño y aplicaciones*, Ed. Publicaciones ETEA, Córdoba, 413 págs.

Si una función primordial del Servicio de Publicaciones de ETEA es la didáctica, el libro del profesor A. C. Morales «*Análisis de las organizaciones. Fundamentos, diseño y aplicaciones*» la cumple casi a la perfección. Ni más ni

menos que un libro de texto, un excelente libro de texto, sobre *Teoría de la Organización*, con todos los atributos formales y conceptuales que caracterizan a las mejores publicaciones de este género.

El ideal horaciano -*monere delectando et delectare monendo*-, que preconiza el uso de ejemplos para anticipar gustosamente la realidad que pretende mostrarse (sean historias de animales, como en las fábulas, sean relatos humanos, como en los ejemplos o en los fabliaux), se manifiesta en esta obra de manera singular. Cada capítulo arranca con una historia, real o imaginaria, que sirve de soporte al texto, prejuzgando su contenido e ideas principales.

La estructura del contenido, basada en las explicaciones de clase del propio autor, correspondientes a la asignatura Organización de empresas de los estudios de Ciencias Económicas y Empresariales en la Universidad de Córdoba, se distribuye entre los tres grandes bloques de materia que dan título a la obra: los fundamentos, el diseño y las aplicaciones de la *Teoría de la Organización*.

La composición de la obra ha exigido de su autor el manejo de una abundantísima y muy actualizada bibliografía especializada, que ha debido someter a una rigurosa labor de síntesis, a fin de conseguir un texto de tamaño regular, en el que no obstante se acoge sin lagunas una temática compleja, variada y en continua evolución, como la que se refiere al mundo de las organizaciones. Con todo, un libro de iniciación, como su autor proclama sin reservas,

apto por su estilo sencillo y directo para todo tipo de usuarios, desde los alumnos de los primeros niveles universitarios hasta los doctorandos, pasando por todos aquellos que se interesen por el mundo y la vasta problemática de las organizaciones.

Desde el punto de vista formal, el diseño de la obra se corresponde muy apropiadamente con su finalidad didáctica. Cada unidad contiene una serie de apartados (objetivos, esquema, conceptos clave, cuestiones a resolver, etc.), que contribuyen a facilitar la lectura y a aprender gradual y agradablemente.

Por si todo lo anterior fuera poco, la obra se complementa con un libro de casos de carácter eminentemente práctico, «Las organizaciones. Casos de análisis organizativo», obra del autor en colaboración con su compañero de cátedra, el profesor J. A. Ariza, diseñada para ayudar a los alumnos a dominar la teoría y las aplicaciones expuestas en el texto básico.

Aunque no sea obra de tesis ni ideológica, sino de doctrina, en el fondo de la misma laten ciertos conceptos e ideas - las centrales extraídas de los trabajos de H. Mintzberg, de quien el autor se reconoce hijo espiritual-, que la impregnan de contenido. Ante todo, un postulado nuclear: El hombre es un animal social y la sociedad un conjunto de hombres agrupado en organizaciones. Este principio, que puede parecer trivial para el hombre moderno, no lo era en absoluto para el hombre pre-moderno, a pesar de vivir ya agrupado en familias y gremios artesanales.

El gran salto cualitativo que llevaría del sistema artesanal, esencialmente individualista, a la sociedad organizacional, mediante un proceso de agregación de las funciones productivas que ya estaba latente en la estructura gremial, se produjo con el advenimiento de la primera revolución industrial, que dio lugar a las organizaciones o empresas industriales. La exacerbación del principio de acumulación del capital y la aplicación sistemática de los principios de división del trabajo y de especialización, condujeron a la segunda revolución industrial, con la aparición de la sociedad y las organizaciones de masas, gregarias y despersonalizadas.

En parte como reacción ante ese proceso de masificación y despersonalización progresivas, pero también gracias al desarrollo de la informática y al estallido de los *mass media* y de la tecnología de las comunicaciones, ya en nuestros días se está produciendo un fenómeno de desagregación -la tercera revolución industrial-, que está en los albores de las post-modernidad, con un nuevo modelo de organizaciones más flexible y sencillo, antropocéntrico, empresas de hombres y para los hombres, donde el hombre es el eje y motor de la organización.

En paralelo con esta evolución de las organizaciones, ha tenido lugar un proceso de cambio del paradigma clásico de la dirección de empresas, pasando del modelo de *dirección científica* imperante hasta mediados de nuestro siglo, racionalista y dogmático, a otro más subjetivo y relativista, el *arte de la dirección*, centrado en la dirección de hombres. Una

frase del director de orquesta Herbert von Karajan, que encabeza uno de los capítulos de la obra, da cuenta de esta nueva forma de dirigir los negocios: *«El arte de dirigir consiste en saber cuándo hay que abandonar la batuta para no molestar a la orquesta»*.

Todos estos cambios y los que afectan al contexto general en que tiene lugar la actividad empresarial, no parece sin embargo que puedan comprometer la propia actividad y el mundo de las organizaciones, ya que, como destaca muy acertadamente el autor, lo que caracteriza fundamentalmente a este tipo de sociedades es su *misión* -¿qué hacer?- y su *visión* -¿cómo hacerlo?-. Estos son los dos pilares sobre los que descansa la organización, los que constituyen su esencia propia; lo demás -forma jurídica, estructura organizacional, estilos de dirección, tecnología, etc.- es mero accidente, pura fenomenología, determinan-

te, eso sí, de la diversidad de organizaciones existente, como materialización de las múltiples formas de cumplir la misión que tienen encomendada.

Para concluir, una sugerencia dirigida a nuestro joven autor y amigo. Creemos sinceramente que, para futuras publicaciones o reediciones de la presente obra, que estamos seguros vendrán en breve, el autor debería pulir, a través de un riguroso proceso de reflexión selectiva -o de selección reflexiva-, algunas aristas que aún permanecen vivas en su obra (imprecisiones conceptuales, clichés semánticos, incorrecciones morfosintácticas), a fin de alcanzar ese estado de gracia, cercano a la perfección, que el poeta Federico García Lorca veía en su llorado amigo el torero Ignacio Sánchez Mejías: *«la madurez insigne de su conocimiento»*.

Alfonso Pascual Gañán

RESEÑAS

TEOLOGÍA

DREWERMANN, E. (1995), *Giordano Bruno o el espejo del infinito*, Ed. Herder, Barcelona, 363 págs.

Eugen Drewermann es teólogo y psicoanalista. Hasta 1991 fue catedrático de Teología sistemática en la Facultad de Filosofía y Teología de Paderborn. Tras la publicación de su obra «Clérigos» fue expulsado de su cátedra y posteriormente se le impedirá ejercer el ministerio sacerdotal. Como resultado de esa formación psicológica y teológica realiza este interesante estudio sobre la figura histórica de Giordano Bruno.

¿Por qué fijarse actualmente en un personaje histórico del Renacimiento? Junto con Galileo Galilei, Giordano Bruno fue sin duda el «hereje» más significativo condenado por la iglesia católica a comienzos de la edad moderna. Ingresó muy joven en la orden de Predicadores (los Dominicos) y ya antes de ser ordenado sacerdote surgieron los primeros conflictos con las autoridades eclesiásticas. Por lo que su vida fue una huida constante por la Europa culta de entonces. Giordano Bruno pasará sus últimos ocho años de vida en la cárcel de la Inquisición, primero en Venecia y después en Roma, donde fue quemado el 17 de febrero de 1600.

E. Drewermann no pretende realizar una descripción biográfica del autor o una crónica detallada de los años de prisión de G. Bruno, sino evocar, con la fuerza dramática y poética de que él es capaz, la pasión heroica e indomable que guió el espíritu inquieto del pensador napolitano, especialmente en la etapa final del cautiverio.

El autor al mismo tiempo que recuerda una situación histórica determinada, nos interpela sobre el presente actual. En sus palabras se pueden percibir el eco de algunas de las angustias que atormentan a muchos cristianos hoy en día. ¿Es posible dialogar con la ciencia? ¿Hay libertad en la investigación teológica? etc. Aunque ya no existen hogueras, la experiencia de muchos cristianos demuestra que aún continúan existiendo muchas actitudes eclesiales de miedo, seguridad, prepotencia y desconfianza frente a todo aquello que pueda significar riesgo, cambio o cuestionamiento de la enseñanza oficial. La obra de Drewermann nos recuerda aquella sentencia que afirma que el «pueblo que no tiene memoria histórica, está condenado a repetirla».

José Luis Trechera Herreros

ECONOMÍA INTERNACIONAL

TUGORES QUES, J. (1995), *Economía internacional e integración económica*, Ed. McGraw-Hill, segunda edición, 244 págs.

La economía internacional ha adquirido a finales del presente siglo una importancia cada vez mayor, debido entre otras razones a la mayor apertura comercial que existe hoy día. De hecho, el comercio internacional representa un porcentaje creciente de la actividad de casi todos los países. Nos encontramos ante una globalización de la economía mundial.

Este libro nos ofrece una visión rigurosa, clara y actualizada de los problemas y perspectivas de la Economía Internacional, con una especial referencia a los temas de integración económica, no sólo en determinados capítulos sino en constantes alusiones a sus interrelaciones con las cuestiones globales de la economía mundial.

La obra se compone de nueve capítulos. El primero es introductorio; en él se exponen las características principales de la economía internacional a mediados de los 90, así como un análisis no exhaustivo de las transacciones económicas y la regionalización de la economía mundial.

Tras este capítulo introductorio, los capítulos 2 y 3 presentan los fundamentos de la vertiente comercial de la economía internacional, analizando las ventajas que tiene el comercio entre los países.

Además, el capítulo 3 discute los argumentos que habitualmente se utilizan para poner trabas a los intercambios comerciales, y las consecuencias de esas políticas comerciales.

El conocimiento y valoración de las transacciones exteriores es de gran importancia para todos los países, por ello se inicia el capítulo 4 analizando los tipos de cambio, los sistemas de paridades, y sus efectos sobre las políticas macroeconómicas. El cap. 5 se centra en la interdependencia de la economía mundial, analizando las principales características de la economía internacional, así como sus principales problemas.

Los procesos de integración económica son el objeto de los caps. 6 y 7. Después de centrar este concepto se pasa, a continuación, al análisis de los aspectos fundamentales de los procesos de integración: su origen y las formas que adoptan históricamente, así como los efectos de la regionalización de la economía internacional.

Los caps. 8 y 9 estudian las complejas relaciones entre economía internacional y crecimiento, especialmente en los países subdesarrollados, así como algunas cuestiones relativas a las economías en transición (países del Este europeo y China) hacia sistemas de mercado. El libro finaliza con un breve ensayo acerca del orden o desorden de la economía mundial.

En definitiva, se trata de una obra dirigida, no solo a estudiantes universitarios, sino a cualquier persona interesada en el funcionamiento de la economía

mundial. El texto puede leerse aunque no se tengan conocimientos previos formales de economía, ya que se presenta la materia en términos sencillos, argumentando sin ningún tipo de formulación matemática, pero transmitiendo las ideas con claridad, de tal manera que resulta una lectura amena y de fácil comprensión.

Por último, el libro incluye al final de cada capítulo una bibliografía muy completa para aquel que desee profundizar en la materia.

José Aguilar Gómez

EDUCACIÓN

AUTORES VARIOS (1995), *Volver a pensar la educación. Congreso Internacional de Didáctica*, vol.I: *Educación y Sociedad*, 406 págs. Tomo II: *Prácticas y discursos educativos*, 407 págs. Ed. Morata, Madrid y Fundación Paideia, La Coruña.

Entre los días 27 y 30 de septiembre de 1993 tuvo lugar en La Coruña el *Congreso Internacional de Didáctica* con el lema: «Volver a pensar la educación». Esta actividad no ha sido un hito aislado en nuestro país. En 1980 se celebró en la Manga del Mar Menor el primer Encuentro Internacional de didáctica. Aquel acto significó la presentación en sociedad de un forma nueva de concebir la educación. Desde entonces, han sido muchas

las experiencias que se han realizado tendentes a reformular los objetivos, metodología y contenidos de la educación en todos los ciclos de aprendizaje.

Estos dos volúmenes contienen las ponencias y conferencias de este Congreso. El primero de ellos, bajo el título de «Política, Educación y Sociedad» contiene tres núcleos de materiales: el primero de ellos (Política, filosofía y educación) agrupa ponencias de gran calado impartidas por figuras de la talla de Javier Muguerza, Ignacio Sotelo, Wilfred Carr, Miguel Angel Santos y Ernest House. Políticos, educadores y filósofos expusieron sus reflexiones y debatieron con los asistentes sobre interdisciplinariedad, democracia, capitalismo, posmodernidad y el papel de los intelectuales.

El segundo núcleo («Cultura y educación») contiene contribuciones de Michael Apple, Jaume Carbonell, Tomás Calvo Buezas, Mariano Fernández Enguita, entre otros. La problemática de fondo en todos es sobre el papel de la educación como reproductora de la ideología dominante o como constructora de una contracultura portadora de nuevos valores.

El tercer núcleo («Trabajo y Educación») agrupa las intervenciones de Charles Posner, Sara Morgenstern y otros debatiendo sobre el reparto del trabajo y el reparto de la educación.

El segundo volumen («Prácticas y discursos educativos») contiene las ponencias y conferencias del Congreso de índole más aplicado a la práctica educativa diaria que están agrupadas en cuatro

núcleos temáticos. El primero de ellos («Racionalidad y utilidad del conocimiento pedagógico») tuvo entre sus ponentes a José Gimeno Sacristán.

El segundo núcleo («Vivir y trabajar en las aulas») muestra algunas experiencias innovadoras en el mundo educativo, como las de Franco Frabbobi (en educación ambiental) y la de Xesús Jarés (educación para la paz).

El tercer núcleo («Función de la Evaluación») se refiere a la problemática en este importante tema de la evaluación del conocimiento, del proceso educativo y del sistema escolar. Contó, entre otras, con ponencias de Félix Angulo y Helen Simons.

El cuarto y último núcleo del volumen segundo agrupa trabajos bajo el título «Repensar la función docente». Se contienen las aportaciones de John Elliott, Jaume Martínez Bonafé, Angel Pérez Gómez y Kennet M. Zeichner.

Una aportación muy importante en el campo de la investigación didáctica que será apreciada, sin duda, por todos aquellos educadores relacionados que investigan y piensan sobre la función de la enseñanza en un mundo rápidamente cambiante.

La edición de estos volúmenes cuanta con el apoyo de la Fundación PAIDEIA. Con la denominación de PAIDEIA se constituyó en 1986 una Fundación de interés público cuya finalidad y objetivo permanente consiste en crear un espacio abierto para la reflexión, el debate, la formación y la investigación en Ciencias Humanas y Sociales, particularmente en

su interacción e intersección con las áreas de Ciencias de la Salud, la Educación y los Servicios Sociales.

Leandro Sequeiros San Román S.J.

EMPRESA

WHITMORE, J. (1995), *Entrenando para el desempeño empresarial. Guía práctica para desarrollar sus propias habilidades*, Ed. Paidós Empresa 37, 141 págs.

En las organizaciones del futuro tan importante es la inversión en I+D como la inversión en las «personas», y su formación, ya que son la clave para su éxito social y económico. Tal y como afirma NAISBITT (uno de esos gurus norteamericanos que «inventan la pólvora», pero a los que todo el mundo le hace mucho caso), «la nueva empresa difiere de la antigua tanto en sus objetivos como en sus presupuestos básicos. En la era industrial, cuando el recurso estratégico lo constituía el capital, el único objetivo eran los beneficios. Sin embargo, en la era de la información el recurso estratégico se basa en ésta, en el conocimiento y en la creatividad, y la empresa sólo cuenta con una forma de obtener tan valioso recurso, es decir, por medio de su personal, porque es en este donde se encuentra. Se trata sencillamente de aceptar que los seres humanos son capaces de crear o de hundir una compañía».

Esta actitud ante los recursos humanos en la empresa conlleva la consideración de la formación en términos de «inversión» más que en términos de «coste». Así el presente trabajo presupone esta perspectiva e intenta profundizar en una formación que logre una mayor eficacia en el cumplimiento de sus objetivos, concretamente en el «entrenamiento». En la actualidad se considera que el entrenamiento es más positivo y eficaz que otras formas de capacitación tanto en la empresa como en la adquisición de habilidades, la enseñanza y el deporte. De hecho constituye una herramienta y un factor clave para procesos de cambio de cultura organizativa, siendo aplicada por muchas empresas «excelentes».

Whitmore, un corredor automovilístico, intenta convencernos con este manual de la importancia del entrenamiento realizando una exploración en la filosofía del mismo y que el autor explicita en palabras de Gallwey. El entrenamiento consiste en desbloquear el potencial de la persona para maximizar su desempeño. Consiste en ayudarle a aprender, mas que a enseñarle. Utiliza una exposición ágil en capítulos cortos -dieciocho- y sugerentes. Aunque el autor no lo hace distinguiríamos tres partes: el antes, durante y después del entrenamiento; la figura del entrenador; la realidad del equipo.

Su finalidad esencial sería desbloquear el potencial de las personas y maximizar su desempeño, ya que ofrece una guía fácil de poner en práctica sobre el cuándo, el dónde, el porqué, el quién y el cómo del entrenamiento, sus trampas y sus

múltiples beneficios. Defiende la utilización de preguntas en lugar de instrucciones y órdenes y propone la secuencia METAS-REALIDAD-OPCIONES-VOLUNTAD para generar una acción rápida y un desempeño excelente. Explora la dinámica del desarrollo de equipos y sitúa al entrenamiento como una habilidad esencial en el líder.

Esta obra puede ser útil para empresarios, responsables del área de formación, directores del departamento de recursos humanos, entrenadores deportivos, profesores y todos los que quieran mejorar el desempeño a través de procesos de formación eficaces para individuos, de equipos... y de sí mismos. No obstante la utilización permanente de analogías deportivas lo hace más atractivo a personas que han tenido experiencias intensas en este ámbito vital.

Alfonso Carlos Morales Gutiérrez

ARANZADI, D. (1995), *El arte de ser líder empresarial hoy*, Ed. Federación de Cooperativas de Trabajo Asociado, Vitoria, 350 págs.

El líder es el motor de las nuevas orientaciones de gestión como la calidad total, la innovación, la cercanía al cliente, la potenciación de las personas. Por otra parte, las exigencias de la competencia global, la desregulación y la aceleración del cambio tecnológico

demandan la presencia del líder empresarial. Esté o no de moda, no hay empresa excelente sin un buen líder o varios líderes. El liderazgo es el factor clave para el triunfo de la empresa.

Todos los libros de gestión y administración de empresas coinciden en la relevancia del liderazgo para el desarrollo y la supervivencia de la empresa. Esta circunstancia justifica además la extensa bibliografía que ha originado su estudio desde los más diversos ámbitos. En España abundan traducciones de originales generalmente norteamericanos y faltan originales en castellano. Precisamente esta obra llena uno de estos huecos aportando ideas muy sugerentes al respecto así como ofreciendo una excelente síntesis de las ideas más relevantes que sobre el liderazgo han vertido los trabajos y estudios más recientes.

El autor, el profesor Aranzadi, ha sido rector de la Universidad de Deusto, desde sus conocimientos empresariales y sociológicos, aborda el tema con agilidad, claridad y rigor.

La obra consta de tres partes. En la primera parte titulada «Introducción al liderazgo» nos conduce de los temas tratados en su libro anterior «El arte de ser empresario hoy», hacia la meta del liderazgo. Nos recuerda que hay un convencimiento generalizado que las empresas están «over-managed» y «under-led» (sobregestionadas y sublideradas). Se dice que un gestor es alguien que hace las cosas correctamente, y un líder es aquél que hace las cosas correctas. Hay que equilibrar ambas funciones. En la

segunda parte se exponen las tareas principales del líder transformador: promover el cambio, inspirar una visión de futuro, movilizar a los seguidores, potenciar a las personas, fijar la misión de la empresa y gestionar su cultura, crear y mantener un clima ético en la empresa. En la tercera parte, se analiza cómo debe ser el líder. Se legitima el liderazgo contra las objeciones que se presentan contra él. Se destacan algunas de sus cualidades más importantes. Y se buscan algunos caminos para llegar a ser líder, porque «los líderes no nacen, se hacen».

«El Arte de ser líder empresarial hoy» es un libro imprescindible para todo aquel que tenga alguna responsabilidad en la empresa, que quiera aclarar conceptos en torno al liderazgo, así como actualizarse en las nuevas corrientes que sobre el tema hoy pululan en el mundillo empresarial.

Alfonso Carlos Morales Gutiérrez

HISTORIA

VOVELLE, M. y otros (1995), *El hombre de la Ilustración*, Ed. Alianza Editorial, Madrid, 432 págs.

La bien acreditada serie «El hombre europeo» se enriquece con este nuevo título cuya calidad queda avalada por el mismo nombre de su director. Efectivamente ya el trabajo de introducción que

ha escrito Vovelle es una pequeña pero autorizada panorámica que introduce muy bien a las monografías que estudian los diversos aspectos del tema, desde «el noble» hasta «la mujer» pasando por «el sacerdote» o «el hombre de letras». El lector tiene ante sí una serie de diez trabajos muy bien concebidos, muy bien documentados y bien presentados, además de la mencionada introducción. Dado que en estos trabajos sus autores han tenido la precaución de relacionar su temática con el resto de la sociedad, la lectura de este libro proporciona no solamente una serie de visiones sectoriales con las que luego hay que recomponer el conjunto sino que el conjunto mismo va emergiendo como tal de la lectura de los diversos personajes. No se trata de construir tipos ideales -esto lo hará el lector, si quiere- sino de dar información de lo que fueron los nobles, los científicos, los soldados, etc. en la Europa del siglo XVIII. El libro, como lo estaba la Europa del XVIII, está centrado en Francia. Aunque las referencias a España no faltan, el lector español se queda con ganas de saber con más datos como fue la sociedad española de entonces. Puede imaginarla trasponiendo lo que ocurría en Francia, pero eso ya no es ejercicio estrictamente histórico.

Fernando Prieto Martínez

COOK, C. y STEVENSON, J. (1994), *Guía de historia contemporánea de Europa*, Ed. Alianza Editorial, Madrid, 700 págs.

Una obra de referencia que reúne agrupados en siete secciones los datos más importantes de la historia de Europa a partir de la Revolución Francesa. El tema de la primera sección es el de los jefes de Estado y jefes de Gobierno de los países europeos. La sección segunda presenta la cronología de los acontecimientos más importantes; una cronología que en general es muy minuciosa de modo que llega a ser casi una historia sumaria de cada evento. La tercera sección está dedicada a las principales guerras en Europa y a los principales tratados. La sección cuarta reúne una amplia información sobre economía y sociedad, desde datos sobre población hasta jornadas perdidas por huelgas. Sigue una sección con breves biografías de las figuras más relevantes de la historia política. La sección sexta da una explicación sucinta de los términos empleados en la historia como Eje, Boxer, Putsch o algunas siglas como CGT. Finalmente el libro presenta una sección de mapas y otra de bibliografía organizada por temas.

Como se ve por la descripción ofrecida, el libro es fundamentalmente una buena herramienta de trabajo, pero su utilidad depende sobre todo del usuario. Hay que tener voluntad de usarlo para que este libro de fruto. El lector tiene que

saber y aceptar que no todo se encuentra aquí, que algunas subsecciones le pueden resultar deficientes, pero una vez que se haya familiarizado con el libro, va

a recurrir a él con mucha frecuencia para solventar dudas puntuales.

Fernando Prieto Martínez



RELACIÓN DE TÍTULOS PUBLICADOS

Publicaciones ETEA

1. APLICACIONES EMPRESARIALES DEL PLAN GENERAL DE CONTABILIDAD (1987) (Agotado) Francisco J. Rodríguez Hernández
2. PROBLEMAS DE COMBINATORIA Y PROBABILIDAD (1987) (Agotado) César Hervás Martínez
3. DOLOR Y MITO. PSICOLOGÍA DEL COMPORTAMIENTO RELIGIOSO (1987) (Agotado) Alfonso López Caballero
4. CUARENTA AÑOS DE AGRICULTURA ANDALUZA: UN ESTUDIO DE CASOS (1988) José J. Romero Rodríguez
5. T.S.P. Y ESTIMACIÓN DE LOS MODELOS ECONOMETRICOS (1988) (Agotado) José María Caridad Ocerín
6. ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL Y SISTEMA AGRO-ALIMENTARIO (1988) Pedro Caldentey Albert
7. dBASEIII + PARA USUARIOS DE BASIC Y PASCAL (1989) (Agotado) José María Caridad Ocerín y José A. Murillo Fernández
8. SUPUESTOS PRÁCTICOS DE CONTABILIDAD GENERAL AVANZADA (1989) (Agotado) Alfonso C. Morales Gutiérrez, Francisco Pérez Rojas, Francisco J. Rodríguez Hernández y Mercedes Ruiz Lozano
9. PODER SINDICAL Y DEMOCRACIA (1989) Gaspar Rul-lán Buades
10. LA EMPRESA Y SU ENTORNO. CONMEMORACIÓN DEL XXV ANIVERSARIO DE ETEA (1963-1988) (1990) (Agotado) Varios
11. LA COOPERATIVA COMO REALIDAD SOCIAL, IDEOLÓGICA Y ECONÓMICA (1991) Alfonso C. Morales Gutiérrez
12. UN MODELO MACROECONÓMICO DEL EQUILIBRIO GLOBAL (1991) Adolfo Rodero Franganillo y Carmen Barroso Campos
13. ESTUDIO DE UN CASO DE DESARROLLO ENDÓGENO: LA EMPRESA IMEDIO (1991) Luis Godoy López
14. ORIGEN POLÍTICO DE LOS SINDICATOS (1991) Gaspar Rul-lán Buades
15. EL FACTOR HUMANO EN LA EMPRESA. LECTURAS Y EJERCICIOS (2ª Edición) (1992) Alfonso López Caballero
16. SUPERFICIES MAXIMALES EN EL ESPACIO DE LORENTZ-MINKOWSKI (1992) Francisco J. Martínez Estudillo
17. ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS (3ª Edición) (1996) Gaspar Rul-lán Buades
18. FINANCIACIÓN DE LAS COOPERATIVAS DE TRABAJO ASOCIADO: ¿PROBLEMA O SÍNTOMA? (1993) Alfonso C. Morales Gutiérrez
19. EL ANÁLISIS CUANTITATIVO DE LA ECONOMÍA REGIONAL: LOS MODELOS ECONOMETRICOS REGIONALES (1993) Jesús N. Ramírez Sobrino
20. ESPAÑA EN LA CEE: DEL ACTA ÚNICA AL TRATADO DE MAASTRICHT (2ª Edición) (1996) José J. Romero Rodríguez y Adolfo Rodero Franganillo (Dir.)
21. LOS SINDICATOS EN LOS PAÍSES DE LA UNIÓN EUROPEA (1994) Gaspar Rul-lán Buades
22. CONTABILIDAD DE SOCIEDADES (1994) Manuel Valero Pulido
23. LAS ONGD Y LA CRISIS DEL DESARROLLO (1994) Mª Luz Ortega Carpio
24. ANÁLISIS DE LAS ORGANIZACIONES (1995) Alfonso C. Morales Gutiérrez
25. LOS DERECHOS HUMANOS. UNA REFLEXIÓN INTERDISCIPLINAR (1995) Vicente Theotonio Cáceres y Fernando Prieto Martínez (Dir.)
26. SOCIEDAD Y ECONOMÍA EN LOS 90. REFLEXIONES DE LA REVISTA DE FOMENTO SOCIAL (1995) Varios
27. GLOBALIZACIÓN DE LOS MERCADOS Y CRISIS AGRARIA: PERSPECTIVAS PARA LA AGRICULTURA ANDALUZA (1996) Pedro P. Pérez y José J. Romero
28. LOS SINDICATOS EN LOS PAÍSES DE LA UNIÓN EUROPEA. Volumen II. (Austria, Finlandia y Suecia) (1996) Gaspar Rul-lán Buades
29. LOS DERECHOS ECONÓMICO-SOCIALES Y LA CRISIS DEL ESTADO DE BIENESTAR (1996) Vicente Theotonio Cáceres y Fernando Prieto Martínez (Dir.)

REVISTA DE FOMENTO SOCIAL

La Revista de FOMENTO SOCIAL nació en 1946 como un intento por parte de la Compañía de Jesús de promover y divulgar el conocimiento del pensamiento social cristiano y la doctrina social de la Iglesia.

Desde hace muchos años, junto con esta misión, la Revista ha procurado servir de cauce de expresión de los variados temas relacionados con las ciencias sociales, con especial consideración de la dimensión ética y de la promoción social necesariamente presentes, en el mundo socioeconómico.

Precio de suscripción para 1996: España (IVA incluido): 4.200 ptas.

Edición, Redacción y Administración: INSA-ETEA

Escritor Castilla Aguayo, 4; Apartado 439; 14080-CÓRDOBA; Telf.: 957-29 61 33; Fax: 957-20 36 11

Pedidos a:

Publicaciones ETEA. Apdo. Correos 439. 14080-Córdoba
Teléfono: (957) 29 61 33

Mundi-Prensa Libros, S.A. Castelló, 37, 28001-MADRID.
Teléfono: Oficinas 435 71 35
Librería 431 33 99

BOLETIN DE PEDIDO	Enviar a: ETEA PUBLICACIONES ETEA Escritor Castilla Aguayo, 4 Apdo. 439, Telf. (957) 29 61 33 Fax 203611 - 14080 CORDOBA (ESPAÑA)	
Nombre y apellidos _____ D.N.I. _____ Calle _____ Cód. Postal _____ Población _____ Provincia _____		
Solicita el envío de las siguientes obras		
Ejemplares	Autor y título	Pesetas
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
Forma de pago: <input type="checkbox"/> Talón bancario nombre de ETEA <input type="checkbox"/> Reembolso		

45

REVISTA DE ESTUDIOS REGIONALES

2ª EPOCA Mayo-Agosto 1996

SUMARIO

I. Artículos

- A. Fernández Morales**
J. de Haro García
G. Martín Reyes
Medición de la desigualdad y el bienestar social. Análisis de la distribución de la renta en España. (1981-1991).
- J. Salvador Gómez Sala**
José Sánchez Maldonado
El impuesto sobre el valor añadido como tributo descentralizado: análisis del caso español.
- José Villaverde Castro**
Desigualdades Provinciales en España, 1955-1991.

II. Notas y Recensiones

- Juan M. Barragán Muñoz**
Planificación y gestión en las regiones litorales latinoamericanas: el conurbano bonaerense.
- José Manuel Casado Díaz**
Análisis preliminar del caso valenciano.
- Susana Corzo Fernández**
La presencia de la mujer en las listas electorales en las Comunidades Autónomas.
- Dirk Godenau**
Raúl Hernández Martín
Rafael Fuentes García
Insularidad: ¿Un concepto de relevancia analítica?
El turismo rural en España. Especial referencia al análisis de la demanda.
- Julio Iglesias de Ussel**
Juan López Doblas
Antonio Trinidad Requena
"La investigación para las empresas en la Universidad de Granada. Evaluación de la investigación universitaria" Granada. Evaluación de la investigación universitaria.
- Alfonso Mulero Mendigorrri**
Espacios rurales de ocio. Significado general y análisis en la Sierra Morena Cordobesa.
- C. Arenas Posadas**
Sevilla y el Estado, 1892-1923. Una perspectiva local de la formación del capitalismo en España.
- C. Arenas Posadas**
Industria y clases trabajadoras en la Sevilla del siglo XX.

III. Documentación

- Manuel Caballero Parejo**
La iniciativa comunitaria interreg II-C

IV. Textos

- Fernando López Castellano**
Reflexiones en torno a la "cuestión agraria" en un diario granadino de 1813.

Edita: REVISTA DE ESTUDIOS REGIONALES. UNIVERSIDADES DE ANDALUCÍA
Secretaría: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Málaga
El Ejido, s/n. Apartado Oficial Suc. 4 • 29071 Málaga • Telf. 95 / 213 12 97



CUADERNOS

de Ciencias Económicas y Empresariales

SEGUNDA ÉPOCA

AÑO 19/ Nº 28/ Enero-Junio, 1995

SUMARIO

Presentación

II. Artículos:

- **Dirigir el cambio de la cultura organizacional hacia la calidad total.** Buenaventura Olea Porcel.
- **La gestión del valor: el camino hacia la competitividad.** Juan Manuel Cepeda Pérez y Alfonso Vargas Sánchez.
- **Técnicas modernas de planificación y control de la producción. Una aproximación estratégica.** Joan Ramón Sanchis Palacio.

II. Notas:

- **La industria agroalimentaria en Andalucía.** José Aguilar Gómez.

III. Documentos: De economía africana.

- **Estímulos y frenos a la regionalización en África.** Eduardo Cuenca García.
- **Una interpretación geográfica del desarrollo económico.** Mwalaba Kasangana.
- **La economía nigeriana.** Wieslaw Caban.

IV. Recensiones.

V. Comentarios de Actualidad.

VI. Agenda.

VII. Información Bibliográfica.

EDITA

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de Málaga

GESTIÓN, SUSCRIPCIONES Y PUBLICIDAD

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

BIBLIOTECA

C/. El Ejido, s/n. - 29071 Málaga
Telf.: Fax: (95) 213 11 48

Precio de suscripción anual: 3.000 ptas.

I.S.S.N.: 0211-4356
D.L.: MA-1303-1977

PUBLICACIÓN DE ORIGINALES

Las normas de publicación en la revista pueden solicitarse a:

Secretaría de la Revista

CUADERNOS DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
EMPRESARIALES

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

C/. El Ejido, s/n.

29071 Málaga

Telf.: (95) 213 12 60

**SUSCRIPCIÓN 1996
DE ENERO A DICIEMBRE**



APELLIDOS..... NOMBRE.....
DOMICILIO.....
POBLACION..... PROVINCIA..... C.P.....
Nº DE SUSCRIPCIONES.....

PRECIOS DE SUSCRIPCIÓN PARA 1996

• España (IVA incluido)..... 4.200 ptas.

CORREO ORDINARIO

• Latinoamérica..... 45\$

• Resto extranjero..... 56\$

CORREO AÉREO

• Europa..... 64\$

• África y América..... 73\$

• Asia y Oceanía..... 92\$

• **Número suelto** (IVA incluido)..... 1.200 ptas.

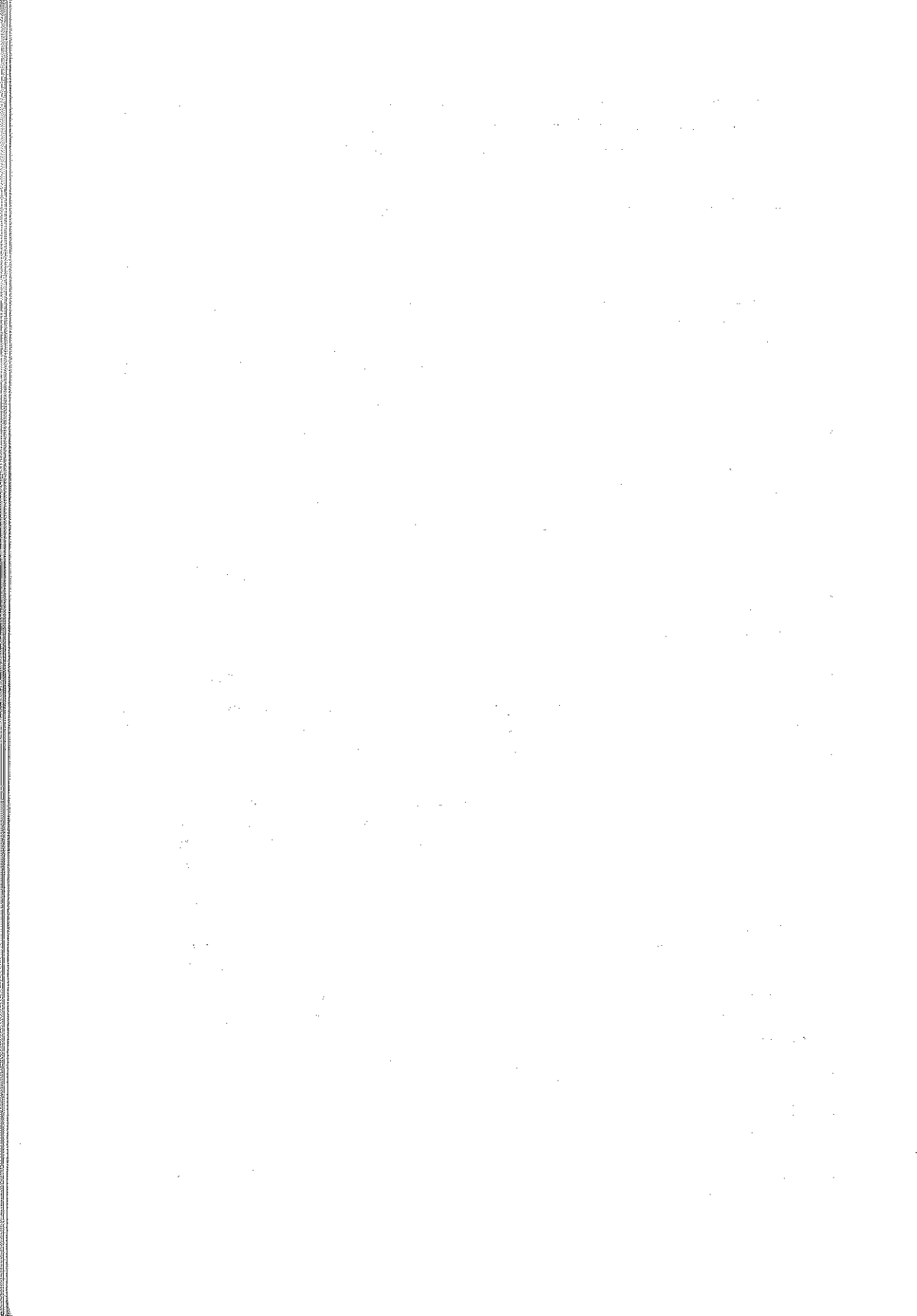
ESTA REVISTA PUEDE INTERESAR:
(se les enviará un ejemplar gratis)

Nombre y Apellidos
Dirección.....
Ciudad y Provincia

Nombre y Apellidos
Dirección.....
Ciudad y Provincia

Nombre y Apellidos
Dirección.....
Ciudad y Provincia





INSTRUCCIONES PARA LA PUBLICACION DE ORIGINALES EN LA REVISTA DE FOMENTO SOCIAL

Esta revista admite artículos y notas originales en español que no hayan sido simultáneamente enviados a otra revista.

A) MANUSCRITOS

Los manuscritos deben enviarse mecanografiados a doble espacio por una sola cara, en papel formato DIN A4, con márgenes de 25 mm. a cada lado.

La extensión de los mismos no excederá de 30 páginas para los artículos y 10 para las notas cortas, incluyendo en estos límites figuras, tablas y referencias bibliográficas. Excepcionalmente, y en casos muy justificados podrán publicarse trabajos más extensos. Se enviarán tres copias a ETEA, Revista de Fomento Social, Apdo. 439, 14080 CORDOBA. Se agradecerá el envío del manuscrito en soporte informático (3 1/2 o 5 1/4) en procesadores de texto tales como WORD o WORD PERFECT.

B) ORGANIZACION DEL TEXTO

Se recomienda preferentemente la siguiente disposición:

Encabezamiento: Constituido por:

Título: Claro, corto y conciso. No más de cuarenta caracteres (letras más espacios).

Nombre del autor o autores.

Dirección completa de la institución a la que pertenecen.

Titulación Académica y cargo profesional que desempeñan en la actualidad.

Resumen: Debe ser lo suficientemente informativo para permitir al lector identificar el contenido e interés del trabajo y poder decidir sobre su lectura. No sobrepasa las 150 palabras.

Palabras clave: Máximo de siete, sugeridas por el autor o autores, para su tratamiento informático. Podrán ser modificadas o complementadas por el Consejo de Redacción.

Agradecimientos: Caso de incluir agradecimientos irán al final del artículo, antes de las referencias bibliográficas.

Referencias bibliográficas: Al final del trabajo. Las referencias se ordenarán por orden alfabético del autor o primer autor si son varios. Para distintos trabajos de un mismo autor o autores se tendrá en cuenta el orden cronológico según año de publicación. Si en un mismo año hay más de un trabajo de un mismo autor o autores, se añadirá a continuación del año una letra que permita identificar la referencia (por ejemplo, 1.985a; 1.985b).

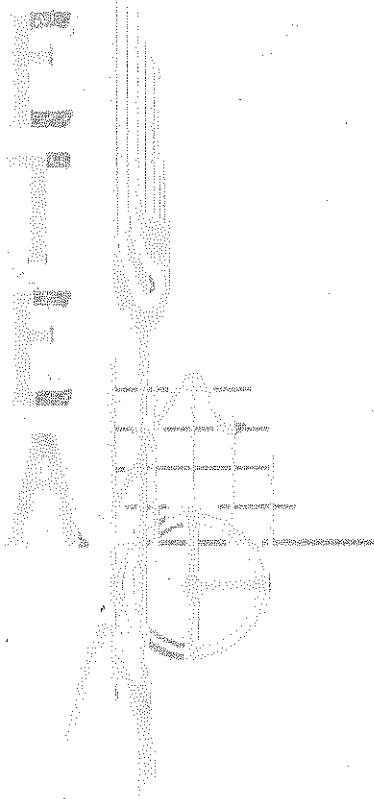
El criterio de presentación de referencias será el siguiente: Apellido (en mayúsculas), nombre (en minúsculas), año de publicación (entre paréntesis), título del libro (subrayado) o del artículo (entre comillas), título de la revista en la que se incluye el artículo (subrayado), lugar de publicación y editorial (en caso de libro), número de la revista y páginas de ésta.

Notas a pie de página: Se numerarán correlativamente y se incluirán al final del texto. Las referencias bibliográficas se harán citando el apellido del autor (en minúsculas), el año (entre paréntesis) y, en su caso, las páginas de referencia.

Cuadros y figuras: Se numerarán correlativamente y de forma independiente, tendrán un breve título e indicarán sus fuentes. Las figuras se presentarán en forma apta para su reproducción directa, preferentemente en papel vegetal.

Abreviaturas: El uso de abreviaturas ahorra espacio, pero el artículo pierde facilidad de lectura si aquél es excesivo.

Cuando por necesidad haya que utilizarlas se definirán cuando se citen por primera vez.



Escritor Castilla Aguayo, 4
Apdo. 439
14080 Córdoba (España)
Telf. (957) 29 61 33
Fax (957) 20 36 11

ISSN: 0015-6043