
Giuseppe Manuel Messina

Manifesto per la felicità

Stefano Bartolini. Roma: Donzoli Editore, 2010, 306 pp.

El libro de Stefano Bartolini apunta a desestimar algunas creencias muy enraizadas en las ciencias económicas y, a partir de ahí, muy difundidas en el discurso político y en el sentido común, con consecuencias que el autor reputa muy negativas. Su objetivo es reafirmar al ser humano como una criatura sobre todo social, que necesita relacionarse con los demás para realizarse plenamente. Lo que parece una obviedad, un rasgo característico del ser humano, investigado desde la filosofía griega hasta las modernas disciplinas de la sociología y la psicología, no entra en la visión que del sujeto tiene la ciencia económica. A los aportes de las ciencias sociales no económicas es a lo que Bartolini atinge para proponer un replanteamiento de nuestra sociedad contemporánea, perennemente obsesionada por la búsqueda del crecimiento económico.

Bartolini, economista de la Universidad de Siena, lleva una década investigando sobre las relaciones entre crecimiento económico y felicidad. Es un tema de creciente interés en la literatura económica reciente que pretende superar las limitaciones de la visión antropológica del *homo oeconomicus*, como demuestra la concesión en 2002 del premio Nobel de Economía al psicólogo Daniel Kahneman. Realmente es un retorno a la ciencia económica originaria y a su investigación de las motivaciones del ser humano, como en la “Teoría de los sentimientos morales” de Adam Smith.

El punto de partida del análisis del libro de Bartolini es la llamada “paradoja de la felicidad”. La cuestión reside en por qué el enorme incremento de la renta per cápita de las últimas décadas no se ha visto reflejado en un aumento de la felicidad (medida mediante encuestas o indicadores de malestar social), en la mayoría de los países más ricos. En el

caso paradigmático de Estados Unidos, foco del análisis del autor, los datos muestran precisamente una disminución de la felicidad en los años de continuo crecimiento económico que siguieron a la Segunda Guerra Mundial.

Gracias a una extensa revisión de los estudios sobre este argumento producidos desde una pluralidad de disciplinas (ciencias económicas, políticas, sociológicas, psicología, etc.), Bartolini llega a la conclusión de que los efectos positivos del crecimiento económico sobre la felicidad, en términos de una mayor satisfacción de las necesidades básicas materiales, se ven más que contrarrestados por los efectos negativos no deseados del proceso mismo. Se trata de algo que no es enteramente nuevo y que forma parte de la reflexión sobre la cuestión social a partir de la revolución industrial. Más recientemente, en *La gran transformación*, Polanyi (1944) sugería que la extensión del mercado autorregulado a través de la mercantilización de todos los ámbitos de la vida humana provocaría la desagregación de la sociedad.

Desde una perspectiva análoga, Bartolini considera que la clave para explicar la paradoja de la felicidad reside en la declinación de las relaciones interpersonales sustituidas por relaciones de intercambio instrumental y en la degradación del entorno de la actividad social, causada por la privatización y la contaminación del espacio público. Para explicar este proceso del sistema capitalista contemporáneo, el autor propone un modelo de “crecimiento endógeno negativo” (NEG - Negative Endogenous Growth) en el que: 1) existen una serie de bienes libres que no pueden comprarse en el mercado y que tienen una gran importancia para el bienestar humano, como el medio ambiente y los bienes relacionales; 2) el sistema económico tiene una gran capacidad de generar sustitutos costosos de esos bienes gratuitos; 3) el crecimiento económico genera una reducción en la disponibilidad de los bienes gratuitos.

Un bien es todo lo que puede satisfacer una necesidad humana. Los bienes relacionales adquieren valor por la interacción con los demás. Por este motivo son bienes económicos especiales, ya que no pueden ser intercambiados. Las relaciones interpersonales para ser genuinas no deben ser instrumentales, su valor es intrínseco. Las relaciones de intercambio no pueden proveer bienes relacionales afectivos ya que las vacían de su significado profundo de gratuidad y de donación de uno mismo al otro.

El declive de la disponibilidad de bienes gratuitos determina la necesidad de adquirir bienes y servicios sustitutivos en el mercado. El mercado ofrece una variedad de bienes y servicios que nacen precisamente de ahí: la contratación de empleados domésticos suple a la falta de tiempo para cuidar de niños y ancianos; la falta de amistades y seguridad en nuestro entorno urbano produce una búsqueda de servicios y bienes de seguridad y entretenimiento privado para el hogar; a la falta de espacios incontaminados se responde con la compra de costosas vacaciones en algún paraíso tropical, etc. En general, frente a la situación de malestar propia de nuestra forma de desarrollo se busca una compensación en el consumo, el trabajo y el éxito. Todos los gastos necesarios para cubrir privadamente estas necesidades generan un aumento de la producción, es decir, generan crecimiento económico. Así, la degradación de los vínculos sociales se transforma en el

motor de la economía, un sistema económico cuya expansión estriba en la insatisfacción, la soledad y el miedo.

El capitalismo de tipo NEG en el que vivimos está organizado sobre la base de un círculo vicioso (aunque virtuoso para el producto interior bruto) por el que de la degradación de la vida social florece el crecimiento económico, y este a su vez provoca más consecuencias negativas sobre nuestro entorno y nuestras relaciones. El constante aumento de la riqueza privada se nutre del agotamiento o privatización de nuestros recursos comunes. El crecimiento funciona como un proceso de destrucción de los bienes gratuitos que no pasan por el mercado y su substitución por bienes de pago. El malestar social, cuyos síntomas son el crecimiento de los problemas psicológicos y de la percepción de inseguridad en las ciudades, activa a su vez un mayor gasto económico (en cuidados médicos, urbanizaciones privadas, centros comerciales, etc.).

Bartolini considera que el mayor culpable de este decaimiento de las relaciones interpersonales ha sido la difusión de la cultura del consumo y su énfasis en las motivaciones instrumentales, lo que significa la reificación de los demás en medios para la obtención de fines egoístas. Frente al empobrecimiento de las relaciones humanas, las personas intentan cubrir sus propias inseguridades a través del consumo. La imposibilidad de satisfacer todos sus deseos deja a muchas personas impregnadas de cultura consumista en una peor relación consigo mismas e insatisfechas con su vida.

Tanto las instituciones de mercado como las instituciones educativas y nuestro entorno urbano favorecen la difusión de la cultura consumista. La economía de mercado sitúa los individuos en relaciones puramente instrumentales. La única dimensión social posible para el ser humano en esta perspectiva es la envidia, es decir, la insatisfacción por no poseer lo que poseen los demás. Como tal, la envidia constituye un fuerte incentivo a la acción económica. Los medios de comunicación transmiten a través de la publicidad estos valores prometiendo inclusión social, éxito y, en definitiva, bienestar, a través de la adquisición material.

En la psique humana, las motivaciones de carácter instrumental tienden a sustituir a las motivaciones intrínsecas, por lo que los incentivos monetarios pueden conducir a resultados contradictorios con lo predicho por la teoría económica. Bartolini presenta el ejemplo de una guardería en la que la implementación de un sistema de multas para penalizar a los padres que llegaban tarde a recoger sus hijos no redujo el número de retrasos sino todo lo contrario, ya que los incentivos monetarios habían sustituido las motivaciones de carácter moral en los padres.

Las instituciones educativas principales (la escuela y la familia) fomentan, en todo caso, las relaciones competitivas en detrimento de los comportamientos cooperativos. La organización de la vida urbana representa una reducción creciente de los espacios públicos relacionales frente a los privados, un aumento de las distancias con la consecuente reducción de las relaciones de vecindad y la rarefacción del tejido social urbano. Debido a estos fenómenos se genera una industria de la soledad, de la evasión y del entretenimiento urbano.

Frente a esta situación, Bartolini propone una agenda de reformas económicas y sociales para construir una sociedad relacional. Se trata de modificar los elementos que han provocado la difusión de la pobreza relacional. Son necesarias nuevas políticas urbanas (que favorezcan los espacios públicos de socialización), educativas (que promuevan la autonomía y las capacidades cooperativas de los alumnos), de control de los medios de comunicación (a través de una regulación de la publicidad, en particular la dirigida a los menores). Una transformación más profunda es necesaria para que la sociedad relacional entre en la agenda política. La misma democracia debe aislarse de la influencia excesiva de los *lobbies* económicos. La organización del trabajo debe reformarse para mejorar la experiencia relacional y favorecer su compatibilidad con las otras esferas de la vida (en particular, las relaciones familiares).

Bartolini señala que estas reformas no son utópicas puesto que se han aplicado singularmente en algún lugar del mundo. El sistema económico mundial movido por el exceso de consumismo del pueblo americano ha entrado en una profunda crisis. Son necesarias más reflexiones como las de este libro, para fomentar un debate que lleve a un verdadero cambio de la agenda política con vistas a reformar una vez más el capitalismo, en una dirección más sustentable y más amable para el ser humano.