

ECONOMÍA CENTRADA EN LA PERSONA: DESAFÍOS PARA LA LOGOTERAPIA

**Miguel Ángel CONESA FERRER, Luis DE LA PEÑA SÁNCHEZ,
Miquel VIAPLANA RAMÍREZ y
M.^a Ángeles NOBLEJAS DE LA FLOR**

Resumen

La logoterapia plantea la pluridimensionalidad de todo lo que concierne al ser humano, advirtiendo de los peligros del reduccionismo. Existe un peligro real de reducir al hombre a la mera actividad económica, en un empequeñecimiento socialmente aceptado.

Nuestra reflexión desde la antropología frankleana parte de una triple perspectiva: personal, empresarial y macro-económica, que aporte elementos de reflexión acerca de economía, trabajo y empresa contemplando al ser humano en su integridad.

Abstract

Person-centered economy: challenges for logotherapy

Logotherapy sets out the multidimensionality of that which concerns the human being, and it also warns that reductionism is dangerous. Even though it is a socially accepted belittling, the reduction of the role of humans to mere economic tools could constitute a real danger.

The consideration that we put forward, based on Franklean's anthropology perspective, is divided in three key perspectives: the personal, the empresarial and the macro-economic views. These perspectives may provide elements which inspire reflection on economy, work and enterprises in order to understand humans entirely.

Palabras clave: Logoterapia. Economía. Empresa.

Key words: Logotherapy. Economía. Company.

Introducción

La logoterapia plantea, como uno de sus ejes fundamentales, la pluridimensionalidad de los fenómenos humanos, advirtiéndonos de los peligros que encierran los reduccionismos. La dimensión económica del ser humano y de los fenómenos humanos hemos de verla en sus múltiples facetas y variables, así como en interacción con todas las dimensiones personales y sociales, para no caer en una visión reducida de la persona, que la cosifica para mercantilizarla, en lugar de proyectarla y promoverla para su desarrollo integral.

Una aproximación que intente integrar esta complejidad, debería armonizar los siguientes niveles:

- I. Personal.
- II. Empresarial.
- III. Macro-economía.

Habría de contemplar, también, la respuesta ordenada, articulada y jerarquizada, a las necesidades de todas y cada una de las personas y sociedades. La economía es una de las ciencias sociales y, en este sentido, estudia el comportamiento de las personas, instituciones y sociedades. Lo hace en lo que se refiere a la producción, distribución y consumo o uso de bienes económicos, es decir de bienes escasos, que hay que elaborar, gestionar y ordenar para que satisfagan las necesidades de los seres humanos. Desde el concepto de dignidad de la persona humana y del monantropismo de Frankl, añadiríamos, que nos referimos a las necesidades de todos los seres humanos; no de un número reducido de estos, excluyendo de ese disfrute de los bienes a los demás.

Al ser una ciencia social se relaciona directamente con la sociedad y su cultura en sentido amplio y, por tanto, es una creación de la sociedad, una creación humana. Al ser una obra humana, puede ser modificada por los seres humanos, tarea que concierne a todos los ciudadanos.

Queremos iniciar un camino compartido, interdisciplinar, con fundamentación en la visión antropológica y del mundo frankliana, para reflexionar sobre el ser y el hacer económico de las personas, grupos e instituciones. Nada de lo humano es ajeno al pensamiento y a la humanización de las disciplinas que la logoterapia pretende. Exponemos unas pinceladas, unos primeros apuntes, a modo de invitación a seguir profundizando.

Si bien estos niveles (personal, empresarial, macro-economía) están íntimamente desarrollados, nos situaremos con una mirada preponderante sobre uno u otro, para favorecer una mayor comprensión.

Nivel personal

Considerar la antropología logoterapéutica puede ayudar a replantear el papel que se le brinda a las personas en el modelo socioeconómico globalizado y en el funcionamiento de las empresas, como abundaremos posteriormente. Pero también nos sitúa en la reflexión sobre el papel de la dimensión económica en la vida de las personas. La relación de los seres humanos con las cosas, fundamentalmente como medios para conseguir la satisfacción de las necesidades personales, nos hace desarrollar tal dimensión económica.

Aquí recordamos que Viktor Frankl establece una jerarquía en relación con las necesidades humanas, estableciendo la preponderancia de la necesidad de encontrar y realizar el sentido de cada momento y situación, el sentido en la vida. Esta primacía ha de desarrollarse en complementariedad con cubrir el resto de necesidades humanas.

Dentro de la antropología frankliana, existen algunas ideas importantes para una equilibrada relación económica persona-cosas. En los textos de Frankl encontramos pensamientos como los siguientes: *“Las cosas tienen su valor y el hombre su dignidad”* (Frankl, 1987 siguiendo a Kant). Igualmente, proponemos el siguiente texto del “Hombre doliente” como ayuda para nuestra reflexión:

“Las cosas poseen un valor y un sentido en la medida en que pueden transferirlo a otro, a algo superior, en la medida en que ese valor y sentido se pueden sacrificar en aras de alguien (...)

Ahora bien: las cosas poseen, además, su propio sentido, su propio valor. Pero ¿en qué consiste este valor propio? Tomemos un ejemplo trivial: yo tengo un euro en la mano. Este euro ¿vale realmente un euro? ¿O tiene un valor distinto según que yo lo retenga o se lo dé a un mendigo? ¿No tiene un valor superior para éste? ¿Y no puede darse a alguien que le otorgue un valor incalculable? ¿Y no es esto conferirle al euro su valor propio? Así resulta que, dando el euro al mendigo, confiero al euro una plusvalía; socorriendo al mendigo contribuyo a la plenitud de sentido del euro, a conferirle su valor propio.

Vemos pues que la virtud de la justicia..., no es sino la justicia “real”: el “realismo”. Pero hacer justicia a las cosas (res), ser realista con ellas, significa elevarlas a su máximo valor posible. Esto, en el fondo, no se aplica sólo a las cosas, sino también a los seres humanos, a las personas. Cuando ayudamos a un ser humano... no hacemos sino elevarle al valor supremo que a él y sólo a él le está reservado, al valor más elevado posible que corresponde a cada persona” (Frankl, 1987, p. 276-281).

Es decir, cada persona es un fin en sí misma, nunca un medio para otro fin. Las cosas, por muy valiosas que sean, han de ocupar siempre el lugar de medio, para que cada ser humano pueda vivir desarrollándose como tal, en su esencia y sentido, en cada momento de su existencia.

El sentido de la economía, en definitiva, es el de gestionar el valor de las cosas como medio a favor de la dignidad de todas y cada una de las personas. Por tanto, nuestro planteamiento económico personal, que evidentemente se enmarca en la situación de la actual economía, ¿no habría de reclamar el cambio de la rentabilidad del otro por la responsabilidad por el otro?

El sentido en el trabajo y los valores creativos

El trabajo es el ejercicio de la actividad humana para adaptar los bienes de la naturaleza a las necesidades humanas, transformándolos en utilidades económicas. En él entran en juego la inteligencia que planea, la voluntad libre que quiere, y la imaginación que enriquece, cualidades todas que son exclusivas del hombre. Todos los hombres venimos a la vida con facultades corporales, intelectuales y morales que no podemos ni debemos dejar improductivas.

Por ello el fundamento para determinar el valor del trabajo humano no es en primer lugar el tipo de trabajo que se realiza, sino el hecho de que quien lo ejecuta es una persona. Un sujeto consciente y libre, es decir, un sujeto que decide de sí mismo.

En palabras de Frankl: *“El trabajo suele representar el ámbito en el que la individualidad de la persona se afirma en relación con la sociedad y en ello adquiere sentido y valor. Este sentido y valor, sin embargo,*

está vinculado a la contribución a la sociedad, no a la ocupación en sí” (Frankl, 1986, p. 118).

Cuando asumimos nuestra responsabilidad en el trabajo, porque a ello es a lo que siempre nos remite la conciencia, realizamos los valores que descubrimos en esa situación. El sentido en el trabajo se encuentra en el propio desarrollo de la vida laboral, en cada ámbito de trabajo en que ejerciendo nuestra libertad responsable realizamos nuestra aportación a la sociedad y al mundo. Todos podemos encontrar sentido en nuestro trabajo si tenemos esta actitud trascendente, especialmente cuando el trabajo se pone al servicio de la persona y no viceversa.

Confrontemos con otro autor la visión del sentido en el trabajo de Frankl: *“Quiero subrayar que el verdadero sentido de la vida debe encontrarse en el mundo y no dentro del ser humano o de su propia psique, como si se tratara de un sistema cerrado”* (Frankl, 2001, p. 155). El otro autor autodeclarado logoterapéutico, entre otras muchas cosas, dice: *“Cuando vemos nuestro trabajo como expresión de nuestros cuerpos, mentes y espíritus, honramos nuestras vidas interiores y nuestra conexión con los demás y el mundo exterior”* (Pattakos, 2004, p. 56). *“Los cimientos del sentido se encuentran en la fidelidad a nuestros valores personales en el trabajo. Cuando trabajamos con plena conciencia del momento, nos conectamos al sentido. Nuestra existencia, y la existencia de toda vida en general, es significativa. El sentido está simplemente esperando a que lo descubramos: en el andamio, en la panadería, en la escuela, en el teatro, en una multinacional, en un restaurante, en un vertedero, en el despacho de casa o en la Casa Blanca. Todos podemos aportar sentido a nuestro trabajo si dejamos de ser prisioneros de nuestros pensamientos y dejamos de trabajar en nuestra contra”* (Pattakos, 2004, p. 145).

Frankl es muy directo a la hora de referirse a trabajo y sentido : *“La dignidad humana se revela contra la idea de que el hombre es un mero instrumento en el proceso laboral, un mero medio de producción. La capacidad de trabajar no lo es todo; ni siquiera es una base esencial ni suficiente para una vida con sentido. Un hombre puede ser capaz de trabajar y no llevar una vida significativa; y otro puede ser incapaz de trabajar y, a pesar de todo, llenar su vida de sentido”* (Frankl, 1986, p. 126).

No podemos aplicar primariamente al mundo laboral los valores de actitud; si lo hacemos, estamos declarando el ámbito laboral un “campo

de concentración”, una situación de injusticia que pide ser cambiada con todos los medios a nuestro alcance. No es un fenómeno que se pueda hacer general y universal y, siguiendo a Kant en una de las formulaciones del famoso imperativo categórico kantiano que nos señala que lo que no puede universalizarse, no sería éticamente bueno: “*Obra sólo según una máxima tal que puedas querer al mismo tiempo que se torne ley universal*” (Kant, 1946, p.39, aunque se pueden encontrar otras formulaciones de este mismo imperativo en otras de sus obras).

Nuevamente llegamos, así, a que la economía como ciencia social debe estar al servicio de la humanidad. El carácter humano y social de la economía exige la dimensión ética y moral, ya que la actividad económica debe estar abierta a recibir orientación de otros órdenes en la unidad del ser humano.

La solidaridad no se reduce a los contemporáneos, sino que busca satisfacer las necesidades humanas esenciales de la presente generación y de las generaciones futuras de manera equitativa, así como respetar en lo posible el legado de las pasadas (cuidando sus obras artísticas, por ejemplo).

Concreciones en el plano personal nos podrían llevar a considerar que la propiedad (como elemento clave del sistema económico), en cualquiera de sus formas, tiene que servir a la persona en su dignidad y valores básicos.

Psicología empresarial y logoterapia

Diógenes de Sínope, también llamado Diógenes el Cínico, fue un filósofo griego que en una ocasión apareció en pleno día por las calles de Atenas con una lámpara en la mano y gritando: “*Busco un hombre*”. Esta imagen puede resultar una sugerente guía a la hora de profundizar acerca de qué aporta la Logoterapia a la Psicología de las Organizaciones, Empresariales, ... o como decidan ahora que se llame la psicología aplicada al mundo laboral.

Venimos de un periodo en que la psicología dentro de la empresa se caracterizaba por encargarse, sobre todo, de la *selección de personal*, de ver cómo hacer que el puesto de trabajo se ajustara a la persona y de toma

de decisiones respecto a los trabajadores. Claro que la consecuencia de todo ello ha sido que, durante mucho tiempo, el objetivo principal de la psicología de empresa se ha centrado en el modelo de reducción del estrés. Y cuando aparece el estrés, es que las cosas no están funcionando como deberían. Se han organizado en todas las empresas y en los grupos encargados de riesgos laborales cursos de relajación, de gestión del tiempo, de técnicas para combatir el estrés.... Y la realidad es que aumentaban las personas a disgusto, sin encontrarse bien en el trabajo y sus consecuencias: bajas laborales, absentismo, falta de productividad y, cuando lo llevamos al extremo, el síndrome del quemado.

El siguiente paso fue que los departamentos de psicología en la empresa entendieron que el ser humano es mucho más que el estrés o la falta de productividad producida por el mismo. Y empezaron a hablar de riesgos psicosociales. Parece que se dieron cuenta de que el hombre incluye distintas facetas en su vida, que no se puede separar al hombre de su entorno, de su psicología, de su cultura. Y empezaron un camino que hoy lleva a que, dentro de la empresa, se tengan en cuenta aspectos que consideran al ser humano en su totalidad (casi totalidad, para nosotros, desde la Logoterapia, ya que no incluyen la dimensión noética).

No perdamos de vista que el objetivo, lícito sin duda, de la empresa, es que los trabajadores trabajen y produzcan, que sean buenos en su tarea para conseguir el máximo beneficio. El presupuesto de que parte la psicología organizacional es que está a favor de la empresa y los beneficios y ejerce de acompañante en la estrategia general de la empresa.

Hecha esta observación, actualmente en las empresas se ha dado un giro en lo que les importa, de modo que, aparentemente, tienen más en cuenta las realidades individuales y el bienestar. Por eso se ha extendido entre los responsables de personal de las empresas la idea de prevenir. Con el fin de evitar enfermedades, bajas, absentismo... se organizan "semanas saludables" para casi todo, desde alimentarse, cuidar el corazón, etc. Sin embargo, no está claro si se piensa tanto en las necesidades de las personas, a nivel individual, como en los beneficios de la empresa. Prevenir supone hacer un esfuerzo por entender qué pasa. Y lo que pasa a nivel global, lo sabemos, tiene mucho que ver con realidades personales. El objetivo es disponer de empleados saludables.... que no falten al trabajo...

Desde la Psicología Positiva (Vazquez et al., 2008, p. 411ss) se define en qué consiste un empleado saludable en una serie de notas que resumimos en la Tabla 1.

Tabla 1. Aspectos esenciales de la Psicología positiva.

Autoeficacia	Creer en la propia capacidad, lo cual afecta a nuestras conductas, pensamientos y sentimientos en varios sentidos.
Esperanza	Estado de motivación positivo.
Optimismo	Actitud que induce al trabajador a esperar que le ocurran cosas buenas.
Resiliencia	Fortaleza ante la adversidad.
Vinculación psicológica con el trabajo	Estado afectivo positivo de plenitud. Sentirse uno con la tarea.

En realidad, al considerar todas estas variables como elementos de salud en el trabajo, se ha dado un gran paso a favor del trabajador, ya que se tienen en cuenta factores personales. Sin embargo, no deja de ser una paradoja, porque se están pidiendo actitudes individuales sin tener en cuenta los aspectos organizacionales. La contrapartida es cuando la empresa no favorece el desarrollo de estas actitudes individuales que exige.

Una tarea en que están enfrascados los psicólogos de empresa es definir a qué se dedican los antes denominados *Departamentos de Recursos humanos...* (las palabras recurso y humano no casan bien). Se habla ahora de Gestión de Personas... Nos seguimos preguntando dónde está el hombre, si es un puro objeto de gestión, si se sigue gestionando personas para que se adapten al puesto de trabajo, en vez de adaptar los puestos y funciones a las personas reales que los desempeñan. Pero es más fácil lo primero, porque en el fondo, no lo olvidemos, somos intercambiables y es mejor el diseño de un buen puesto de trabajo y que luego se adapten, que interesarse por la persona que lo va a desempeñar y contar con su opinión, sus capacidades, su personalidad incluso. Se mide la eficacia de las políticas de recursos humanos con encuestas de clima laboral en que se calcula el compromiso, la satisfacción y el orgullo de pertenencia. En ningún momento hemos oído hablar de la salud integral de los trabajadores..., sólo es importante que estén contentos.

Sobre el tema de cómo denominamos a estos departamentos encargados de personas, Marzano (2011) hace una reflexión muy interesante, al comentar que *“los hombres son recursos y, por lo tanto, cosas; pero los recursos son humanos y, por lo tanto, no son simples cosas”*. Un recurso, se puede manipular, no lo olvidemos.

Esto nos lleva a la siguiente reflexión: los psicólogos de empresa y las empresas que se dedican a ello están apostando hoy por la *felicidad*. Es un tema recurrente en los cursos que se imparten a trabajadores... La contrapartida es que se quiere imponer una felicidad por decreto. Alguien que se define como discípulo de Frankl y que aplica, según su punto de vista, la logoterapia a la empresa, dice que tenemos que ser felices con el trabajo que realizamos, que si no somos felices, tenemos la posibilidad de usar la imaginación para evadirnos. *“Cuando nos estresamos por nuestro trabajo, perdemos de vista el significado de nuestra vida. Nuestra habilidad para distanciarnos del estrés y centrarnos imaginativamente en algo que nos guste nos devuelve la libertad y la fuente de sentido auténtico”* (Pattakos, 2004, 149). Difícilmente, desde nuestro punto de vista, evadir e imaginar pueden llevar al encuentro del sentido, en una maniobra que suena más a no afrontamiento que a búsqueda. Y, finalmente, siguiendo al mismo autor, si el trabajo nos causa infelicidad..., es el momento de poner en práctica los valores de actitud de Frankl para superar el malestar. En uno de los ejercicios de reflexión que propone en su texto, habla de *“¿Cómo me podría ayudar la “máxima de afrontamiento” de Frankl (la creencia de que tenemos una enorme capacidad de afrontamiento en situaciones difíciles) a la hora de encontrar sentido y plenitud en el trabajo? Piense en cómo podría usar esta técnica, de una forma positiva y constructiva, con sus colegas y compañeros de trabajo”* (Pattakos, 2004, 71 ss). El trabajo no es el lugar donde aplicar estos valores de actitud. El trabajo es una forma de encontrar el sentido. Y no puede convertirse en un campo de concentración donde tengamos que elevarnos o lanzarnos contra la valla. Nunca ante lo que se puede cambiar. Es incluso ofensivo hacia los que padecieron internamiento.

La gestión del tiempo ha dado paso a algo que podemos considerar, si cabe, un poco más humano: gestión de emociones. Es adecuado enseñar a las personas, a los trabajadores, a gestionar sus emociones. Con qué emociones trabaje la empresa es algo diferente, porque creemos que la realidad es que las emociones que se intenta educar son la agresividad y la frustración. Parten de lo negativo y, una vez más, no encontramos al ser

humano, al hombre o mujer que tiene sentimientos y emociones en todos los aspectos de su vida y tanto positivas como negativas, no sólo intereses económicos...

Un paso posterior y creo que certero, aunque no completo, es hablar de *empresas con sentido*. Parece que nos hemos dado cuenta de que el sentido es importante. ¿Puede existir una empresa con sentido, como propugnan? Más bien creemos que existen o pueden existir empresas en que se considere el sentido como parte importante de los seres humanos y en que se hagan esfuerzos por ayudar a las personas (ya no sólo trabajadores) a encontrar el sentido en el trabajo y en su vida en general. ¿Existe un sentido en la empresa como organización? ¿La suma de los sentidos individuales es igual a un sentido general? El sentido no es acumulativo.

Para encontrar al hombre

Desde la logoterapia, vemos que todos estos intentos por “humanizar” los departamentos de gestión de capital humano tienen más de gestión y de capital que de humanos. Por eso, nuestra apuesta es reflexionar sobre el modo en que el ser humano se puede hacer presente tanto en las estrategias empresariales como en el desempeño del puesto de trabajo. Necesitamos una vuelta al ser sobre el tener/producir... que importe más el hombre que el resultado. No es una idea descabellada y que vaya contra la empresa y sus beneficios. El trabajador que ha encontrado sentido en su trabajo es más rentable para la empresa. Pero debería darse un giro total a la forma en que se entiende ahora la función de los departamentos encargados del tema.

Esta transformación, desde nuestro pensar logoterapéutico, debería pasar por un cambio de mentalidad en el que se muestran imprescindibles algunas reformulaciones de temas clásicos. Iría en la línea de:

- **Personalizar.** La logoterapia considera al ser humano en su individualidad. Es más sencillo diseñar un puesto de trabajo, lo sabemos. Pero no debemos olvidar que el puesto es para una persona. Desde la psicología positiva se hace mucho hincapié en ello al proponer “*identificar y aprovechar las cosas que las personas hacen bien, sus puntos fuertes*” (Vázquez, 2008, p. 433). La logoterapia lo asume como válido y aporta un dato más: el trabajo es un lugar de encuentro de sentido. Algunos autodenomi-

nados logoterapeutas de empresa siguen pensando que el trabajo refleja el sentido general de la vida y que lo importante es tener este y entonces el trabajo, automáticamente, estará dotado de sentido....”*Pero lo cierto es que sólo podemos conocer el sentido de nuestro trabajo cuando conozcamos el sentido de nuestra vida*” (Pattakos, 2004, p. 59) Estimamos que no coincide con el pensamiento de Frankl, que propugna el trabajo como lugar de encuentro de sentido, en sí mismo y sin referirlo al sentido de vida general. El trabajo es una vía para encontrar sentido. Personalizar supone preguntar al trabajador para el descubrimiento de la propia vocación y favorecer el encuentro del sentido en el trabajo. Una vez más, la psicología positiva aplicada a organizaciones tiene algo que decir ya que propone que en todo el proceso de contratación e integración, se consideren las fortalezas de la persona. Claro que incluso plantean un despido como algo positivo, con frases del estilo “llévate tus fortalezas a otro lado”. Pero incluso con este supuesto, el hecho de partir de los puntos fuertes de la persona es un cambio positivo. Una forma de personalizar es realizar cambios y rotaciones, todos los necesarios, para que la persona encuentre su sitio, ese donde fluye con la tarea y le permite percibir el sentido.

- **Libertad y responsabilidad.** Dos de los pilares del pensamiento de Frankl. La libertad en la empresa se entiende actualmente como algo casi circunstancial y anecdótico... eres libre para elegir el modo de hacer las cosas... dentro del plan general de la empresa. Tu libertad acaba cuando topa con los principios empresariales y empezamos a pedir resultados. No hay modo, sin libertad, de ejercer la responsabilidad (cfr. Semler, 2006). Sin embargo, pensamos que contar con trabajadores responsables es un verdadero capital humano para la empresa. Hay que dar un paso hacia la gestión participativa, como veremos más adelante, no sólo consultiva. Y alentar la autonomía en todos los sentidos, desde una base firme en la confianza. La libertad implica muchas cosas: libertad para organizar el modo y lugar, para elegir, para cambiar, libertad de expresión y comunicación. La libertad, actualmente, es una jaula dorada donde el empleado puede disfrutar de una sensación irreal de independencia.

- **Los otros.** No podemos olvidar a los demás en este camino hacia una empresa diferente. Sin embargo, parece que las empresas prefieren usar el “divide y vencerás” frente a crear grupo. El trabajo tiene un gran componente de vínculo personal y de estar realizando una labor en pro de la comunidad. Sabiendo la importancia de las relaciones sociales, no

entendemos una empresa que no las fomente. Si sentimos que estamos en el mismo barco, remamos mejor que individualmente. Pero quizá sea preferible tener buenos remeros que intenten ser mejores que los otros, a correr el riesgo de que lleven el barco a donde no quiero. Se potencia la competencia frente al compañerismo; no se prohíben, pero se intentan evitar relaciones en el trabajo... Tenemos mucho que aprender de la economía de la solidaridad y el factor C (factor solidario) en el trabajo, pues en ella el trabajo es realizado en amistad y se considera como un vínculo personal. Cada uno se considera integrado en el grupo y con los objetivos. Es la oportunidad de trascenderse.

La realidad empresarial actual no tiene que ser el único modelo. Se intenta imponer como el único posible, pero es cierto que, desde otros planteamientos, podemos recuperar al ser humano ahora camuflado, si no absolutamente perdido, en el mundo de la psicología empresarial.

Reflexiones en un entorno macro-económico

En el libro “El hombre en busca del sentido último” podemos leer el siguiente párrafo: *“Aunque los psiquiatras debemos abstenernos de meternos en temas diferentes al nuestro.(Sic) Yo considero que cada tema debe ser abordado por su respectivo especialista. Así que ¿por qué no les dejamos algo a los sociólogos, por ejemplo? Los psiquiatras no tenemos por qué responder a todas y cada una de las preguntas. Y mucho menos, debemos tener lista una prescripción para cuando se nos venga con la cuestión de cómo curar los males que asolan a nuestra sociedad. Empecemos por humanizar la psiquiatría, más que por divinizarla, y para empezar, dejemos de asignar atributos divinos a los psiquiatras. Los psiquiatras no somos ni omniscientes ni omnipotentes, sólo estamos omnipresentes: nos metemos en todos los simposios, en todas las discusiones....”* (Frankl, 2012, p. 179-180). La humildad y el sentido del humor que refleja esta cita no son sino indicadores de su sabiduría.

Aceptando esta limitación queremos por último mostrar algunas propuestas teóricas y experiencias prácticas que en el ámbito de lo económico y lo sociológico se están llevando a cabo en nuestro entorno y que valoramos de interés para todas aquellas personas que desde la obra de Frankl están intentando aportar una reflexión al mundo de la empresa y de la economía. Creemos que son de interés por un doble motivo: por un lado

por entender que sintonizan con la propuesta humanizadora de Frankl; y en segundo lugar, por mostrarnos que existen propuestas más allá del pensamiento único del paradigma neoliberal dominante en la economía mundial que parece decirnos a diario que no hay alternativas fuera de su modelo.

Adam Smith en *La riqueza de las naciones*, escribió: “*No por la benevolencia del carnicero, del panadero o del cervecero contamos con nuestra cena, sino por su propio interés*” (citado en Felber, 2012, p. 31). ¿No se está asentando la ciencia económica sobre un modelo antropológico del comportamiento y la naturaleza del ser humano? Este modelo es el que posteriormente fue denominado “*homo economicus*” (cfr. Alcoberro, 2013), que se caracteriza por tres dimensiones básicas:

- Aspira a conseguir el mayor beneficio financiero personal posible, legitima el incremento de las ganancias personales y empresariales.

Frente al “afán de lucro” capitalista, las alternativas que presentamos proponen la contribución al bien común, la solidaridad como valor prioritario del quehacer económico.

- Es racional en sus decisiones. La supuesta racionalidad de quien toma sus decisiones en términos de “coste de oportunidad” (máximas ganancias, mínimas pérdidas económicas) fue ya muy cuestionada por Keynes.

Muchas de las acciones económicas están gobernadas por “espíritus animales”, seres no puramente racionales sino personas integrales en las que lo emocional, lo instintivo y lo social juegan un papel mucho más destacado. Esto es lo que permitiría explicar fenómenos como: la necesidad de confianza, el papel de la equidad -justicia social- en el establecimiento de salarios y precios; la corrupción y los comportamientos antisociales, etc.

- Es egoísta en su comportamiento. Adam Smith esperaba que una “mano invisible” condujera el egoísmo individual hacia el bienestar del mayor número de personas posibles, es decir, que el libre mercado autorregularía la cohesión social por medio de la competencia.

La competencia estimula sin duda el rendimiento de las empresas, pero ocasiona daños extremadamente altos a la sociedad y a las relaciones entre las personas. Frente a ello, las propuestas que presentamos se fundamentan en la cooperación.

Junto al bien común, la visión más integral del hombre y la cooperación, otras características comunes que manifiestan las propuestas económicas que presentamos con los principios antropológicos frankleanos son:

- Dignidad humana como máximo valor, la persona como centro de la economía.
- La ciencia económica vuelve a vincularse a la filosofía moral de la que nació: debe estar dirigida por aquellos valores que permitan un desarrollo y mejoría de las personas y de la sociedad en su conjunto.
- El éxito no equivale a plenitud de sentido: la economía no puede medir su valor solo por los logros financieros o materiales. Hay otros rendimientos a tener en cuenta (responsabilidad ética, social y ecológica).
- La economía orientada por valores debe promover la satisfacción de necesidades y el bienestar de los ciudadanos pero se orienta a favorecer la plenitud personal: el dinero, los bienes materiales, no son sino medios instrumentales. La acumulación de bienes materiales tan buscada en el capitalismo no es sino una expresión de la voluntad de poder cuando la existencia ve frustrada su auténtico sentido.
- El trabajo como actividad creativa humanizadora.
- Favorecen la libertad y la iniciativa individual/privada en la vida económica, en el desarrollo de auténtica sociedad civil y democráticamente participativa. Participan de la libertad de mercado. Pero conceden un papel regulador del mercado al Estado sobre todo para evitar el exceso de poder de las grandes empresas, especialmente, las compañías trasnacionales y los mercados financieros especulativos.
- Sentido comunitario del ser humano. El ser humano se constituye y se construye dialógicamente en el encuentro con el otro, no en la competitividad con el otro sino en la cooperación y en la búsqueda del bien común.
- Promueven la justicia social, un reparto más equitativo de los bienes entre todos los miembros de la comunidad. La desigualdad social es el mayor ataque a la conciencia de la unidad de la humanidad (monotropismo) y el fundamento de la infelicidad colectiva que genera y que puede ser evitable.

La teoría del decrecimiento

Esta teoría viene ligada a la constatación por las teorías ecológicas de que el sistema económico capitalista/consumista puesto en marcha desde la revolución industrial se ha desarrollado a costa de un impacto medioambiental y desequilibrios sociales que nos van a obligar a modificar los sistemas de producción y nuestros propios hábitos y creencias si queremos garantizar nuestro futuro y el de las generaciones posteriores. El economista estadounidense Kenneth Boulding formuló la frase que resume este planteamiento: *“el que piensa en un crecimiento exponencial o infinito en un mundo con fronteras o es un loco o un economista”* (mencionado en Felber, 2012, p. 81).

Las consecuencias de este modelo de la sociedad de la abundancia son visibles a nuestro alrededor: el agotamiento de los recursos naturales y las materias primas; la degradación del medio ambiente; la exclusión social y el empobrecimiento y subdesarrollo en los países del Sur; la occidentalización del mundo y la homogeneización cultural, etc.

Los teóricos del decrecimiento quieren poner el énfasis no tanto en un crecimiento negativo sino en un modelo diferente de desarrollo económico vinculado a otros crecimientos humanos: personal, moral, social, ecológico, etc.

¿Cuáles son las características principales de esta propuesta?

1. **Desarrollo sostenible:** modo de desarrollo económico que permitiría la satisfacción de las necesidades presentes y de las futuras generaciones.
2. **Rehabilitar el tiempo:** nuevo sentido de la vida en la que se valore junto al trabajo el ocio creativo; trabajar menos para que trabajen más personas; frente a la frenética acumulación de bienes, que se valore el tiempo pausado para disfrutar la vida y la comunicación social (movimiento “slow”); fomentar la creación de bienes comunes y la economía del don y la solidaridad.
3. **Ciudad ecológica:** quitar la prioridad al automóvil, potenciar desplazamientos lentos (bicicleta) y transportes públicos; fomentar la convivencia, la autosuficiencia energética y renovable, la agricultura de proximidad, recuperación igualmente de la producción artesana.

4. **Desconsumo:** “mejor con menos”, fomentar la ética de la contención voluntaria en el consumo de bienes; favorecer el reciclado y evitar el despilfarro; circuitos cortos de distribución de mercancías (100 km) que reduzcan los consumos de transporte y energía, para lo que es necesario la revitalización de la economía local.

5. **Agricultura biológica y campesina**, frente a la agricultura industrial, lo que favorecerá la creación de empleos, la soberanía alimentaria de las poblaciones, la autoproducción y la calidad ecológica de los alimentos.

6. Respecto a la **política**, potenciar la democracia directa, el presupuesto participativo, el compromiso ciudadano, etc.

Economía del bien común

Se presenta como un modelo económico alternativo que dentro de la economía de mercado pretende superar las deficiencias del sistema capitalista y de la economía planificada: economía postcapitalista. Desarrollado en la actualidad por Christian Felber (2012) entre otros, el bien común no es un concepto nuevo. Procede de Santo Tomás de Aquino, se ha extendido hasta la actualidad por la doctrina social de la Iglesia, fundamentalmente, y se ha reflejado en las constituciones políticas de muchos estados modernos como meta final de la acción económica.

Puede resumirse en 3 núcleos:

1. Pretende vincular y reconciliar de nuevo la economía con la filosofía moral a la que pertenecía cuando surgió como ciencia autónoma: la economía debe regirse por unos valores que nos ofrecen un sentido fundamental para la sociedad. ¿Cuáles son los valores que hacen mejorar las relaciones humanas?: honestidad, empatía, confianza, estima, cooperación, solidaridad, voluntad de compartir, responsabilidad, etc. No es una ideología, es una experiencia, una sabiduría. Las buenas relaciones entre las personas generan felicidad y mayor motivación y rendimiento.

Los valores fundamentales de la economía capitalista actual son: 1) afán de lucro y 2) competencia frente a otras empresas. ¿Cuáles son los comportamientos y los valores que se derivan de ellos en la vida económica real?: egoísmo, exclusión, competitividad, codicia, miedo, descon-

fianza, corrupción... ¿Por qué no resolver esta contradicción entre los valores sociales y los que rigen la economía?

2. El marco legal debe reflejar la orientación de los valores sociales y morales apoyando a las empresas que se comporten según su *contribución al bien común* (en lugar de afán de lucro) y su nivel de *cooperación* (en lugar de competencia).

3. El éxito económico deja de medirse mediante indicadores monetarios de valores de cambio (dinero) para medirse mediante indicadores de utilidad social (alimentos, vestimenta, alojamiento, relaciones sociales, ecosistemas...). El fin de la economía no es la provisión de valores de cambio, sino responder a las necesidades de las personas y de la sociedad, los factores de calidad de vida. Evidentemente las empresas no tienen que tener pérdidas por estar en el camino del bien común, pero tampoco deben aspirar solamente a maximizar el beneficio. El beneficio sólo es un medio para un fin claramente definido: aumentar el bien común. Se busca poner fin a los excesos desmedidos del capitalismo y a la avaricia.

En macroeconomía el éxito económico se mide por un Producto Interior Bruto, pero un valor alto ¿indica algo sobre si un país o una sociedad promueve la guerra o la paz, su régimen político es una dictadura o una democracia, protege o no sus recursos medioambientales, se orienta hacia un reparto justo de la riqueza o promueve desigualdades (paro, hambre), favorece o no la discriminación de las mujeres, etc.?

Igualmente en la microeconomía; un beneficio financiero alto ¿indica algo sobre si una empresa crea o destruye puestos de trabajo, defiende la calidad de los empleos o su precariedad, favorece un trato igualitario a las mujeres, promueve la protección o la destrucción del medio ambiente, se dedica a la producción y venta de armas o la producción de comestibles, etc.?

Junto al balance financiero han puesto en marcha el *Balance del Bien Común*, realizado y revisado continuamente por asociaciones y empresas adscritas a este movimiento y que han participado democráticamente en su elaboración. Mide varios indicadores puntuables en relación a cinco valores fundamentales: dignidad humana, solidaridad, justicia, sostenibilidad medioambiental y democracia. Debe ser un balance legitimado democráticamente y recogido en la constitución. El resultado (pun-

tuaciones entre cero y mil puntos) debe figurar en todos los productos y servicios para acceso de los clientes (colores, código de barras).

Las empresas con un mejor *Balance del Bien Común* obtendrían ventajas legales (discriminación positiva):

- Menores impuestos y tarifas aduaneras.
- Mejores créditos bancarios.
- Prioridad en la compra y contratación pública.
- Cooperaciones en investigación de universidades públicas.
- Ayudas directas.

Entre otras muchas propuestas también defienden que se favorezca la toma de decisión democrática y la aprobación legal de la diferencia entre el salario mínimo y el máximo (5 ó 10 veces normalmente).

Economía solidaria

La *economía solidaria* (cfr. Askunze, 2007) no consiste en que los productos de la economía, los bienes y servicios y algunos recursos, los extraemos de la economía, los retiramos del mercado, para con ellos hacer solidaridad (en lo que se conoce como *economía de donación*). La solidaridad tiene una presencia activa y operante que afecta a toda la economía misma: a los procesos, a las organizaciones, a las actividades, a los recursos y a los bienes y servicios económicos.

Se trata de una visión y una práctica que reivindica la economía como medio, y no como fin, que contribuya a la mejora de la calidad de vida de las personas y de su entorno social. Esta perspectiva convierte a la *economía solidaria* en una práctica fundamentalmente transformadora. La *economía solidaria* viene configurándose en las últimas décadas como un movimiento social que reúne a un conjunto de organizaciones y actividades que, a lo largo de todo el planeta, están generando un pensamiento y una práctica alternativa y solidaria de la economía en sus diferentes facetas: producción, financiación, comercio y consumo.

Cuando se organiza una empresa, junto a los objetivos de la misma, se trata de lograr una correcta integración de los diferentes factores productivos en la que uno de ellos juega el papel principal u organizador y el resto de factores se integran como recursos subordinados. ¿Cuáles son los

factores productivos de una empresa económica y cómo se manifiestan cuando la categoría organizadora es el factor C de la solidaridad? Consistiría en una empresa con propiedad asociativa o cooperativa de los medios de producción, que tiene una forma de gestión autogestionada, con un trabajo realizado en equipo y con cierto espíritu de amistad, con un saber compartido, accesible a todos, que es resultado de la creatividad del grupo, con un tipo de financiación que es confianza también intersubjetiva, y todo ello articulado en una comunidad (ver Tabla 2).

Tabla 2. El factor C como categoría principal en la economía solidaria (elaboración propia a partir del libro de Razeto, 2006).

Factores productivos ACCIÓN HUMANA	ECONOMÍA SOLIDARIA
1.- Recursos materiales. Materias Primas. TENER, POSEER	Pasan al control y a la propiedad de los sujetos organizadores de la empresa. Diferentes formas: - Propiedad colectiva (Economía de comunidades) - Propiedad personal repartida proporcionalmente (Economía cooperativa)
2. Capital. Financiación. CREER (crédito, et credo, confianza)	Es la sumatoria de las confianzas y de las credibilidades que se generan los propios integrantes del grupo entre ellos mismos tienen, y que obtienen también de otros que están dispuestos a otorgarles créditos permitirlles tener confianza en que los compromisos se van a cumplir.
3.- Tecnología. SABER	Es un saber compartido socialmente, abierto y disponible a la participación y a la innovación de todos. No un secreto que otorga poder.
4.- Gestión. PODER	- Gestión participativa, colegiada, <i>asociativa</i> : expresión de la voluntad y de las decisiones que el grupo humano desea materializar en la empresa, de todos los integrantes de la empresa. - Grados distintos de participación. - Grado más elevado: autogestión, <i>gestión realizada por el propio colectivo</i> .
5.- Trabajo. HACER	Trabajo realizado en "amistad", en compañerismo, en cooperación, como integrante de un grupo. Van a establecerse entre ellos vínculos de unión.
6.- Factor C: Solidaridad. COLABORAR COOPERACIÓN COMPARTIR COMPAÑERISMO	Se va a pretender que todos compartan los objetivos, que compartan la voluntad de realización, y que compartan también emociones y sentimientos. Objetivos de una empresa organizada por factor C: - Ganancias económicas para la atención de necesidades del grupo. - Perfeccionar los vínculos comunitarios, que mejore la convivencia. - Beneficios asociados al hecho comunitario o asociativo. - Desarrollo personal.

La Red de Economía Alternativa y Solidaria (REAS) en su "Carta de Principios de Economía Solidaria"

(<http://www.economiasolidaria.org/carta.php>) señala los siguientes valores:

1. Promover la igualdad en las relaciones.

2. Crear empleo estable, de calidad y de promoción social (contra la exclusión).
3. Respetuosos con el medio ambiente.
4. Favorecer la cooperación en lugar de la competencia.
5. Sin carácter lucrativo. Los beneficios revertirán a la sociedad.
6. Compromiso con el entorno social-comunitario.

Banca ética

Un ejemplo mundialmente conocido es el de la concesión de microcréditos para el desarrollo: Muhammad Yunus en Bangla Desh fundó en los setenta el Banco Grameen, que ha distribuido más de tres mil millones de dólares en préstamos a 2,4 millones de personas. Se trata de conceder créditos de pequeña cuantía a personas con baja capacidad adquisitiva y sin fácil acceso a los canales bancarios normalizados: personas o familias sin nómina, sin avales, sin propiedades, sin garantías. Estos créditos están destinados a fomentar su actividad productiva, no son créditos al consumo.

La propuesta de una *banca ética* se caracteriza por realizar una intermediación financiera entre el ahorro como capital social y el crédito basado en valores:

1. Los ahorradores (personas físicas y organizaciones sociales) que invierten su dinero (capital social) comprometen su capital para financiar de manera transparente, es decir, conociendo qué se hace con su dinero, con las siguientes premisas: (a) cuentan con garantía de devolución o incluso de retribución, pero es depositado en la entidad no por razones de maximización de la rentabilidad económica; (b) tiene como punto de partida la voluntad política de personas, organizaciones y redes ciudadanas de comprometerse con la solidaridad y la cohesión social, y (c) fomentan la participación ciudadana: los ahorradores votan en las asambleas donde se toman decisiones respecto a las inversiones en proyectos.
2. El crédito con valores: las decisiones sobre a quién prestar y a quién no, se realizan no solo por criterios de viabilidad económica (evaluación económico-financiera de las solicitudes realizado por personal de la estructura financiera) sino también por valores éticos y sociales añadidos (por un comité de ética, no vinculado a la estructura operativa). Estos criterios son:

- Apoyo a la economía real productiva y no a los movimientos especulativos del capital financiero.
- Apoyo al desarrollo local para generar mayor cohesión social. La vinculación y cercanía con el tejido asociativo al que concede el crédito reduce la morosidad.
- Actividades que promuevan la protección de la naturaleza y el medio ambiente.
- Actividad de Promoción social (vulnerabilidad y exclusión social) y cooperativas.
- Actividades vinculadas a la cultura y la educación.

3. Mantenimiento dentro de la cooperativa/banca ética de los excedentes económicos que posibiliten el acceso al crédito de nuevos proyectos, iniciativas y empresas.

Comercio justo

Constituye un movimiento internacional para la cooperación y el desarrollo formado por organizaciones del Sur y del Norte. Su objetivo es mejorar el acceso al mercado de los productores más desfavorecidos y cambiar las injustas reglas del comercio internacional que consolidan la pobreza y la desigualdad mundial.

La diferencia con el comercio tradicional está en que al productor se le paga un precio justo por su trabajo, que le permite vivir con dignidad y asegurar sus necesidades básicas (alimentación y educación de su familia...). Y a ese precio, acordado por las Organizaciones de Comercio Justo y los productores, se le suma un “extra”, un porcentaje del precio final del producto, que las comunidades productoras destinarán a proyectos comunitarios de sanidad, educación, etc.

El comercio justo pretende también sensibilizar a la sociedad occidental fomentando valores sociales y ecológicos de consumo: *consumo responsable*. El consumidor responsable es una persona informada y consciente de lo que compra: que se inclina por uno u otro producto en función de unos criterios éticos y de calidad, no simplemente económicos. Por encima de esto pone el valor social de lo que compra. Hay que considerar lo que cuestan las cosas, no el dinero por el que se venden.

El producto que se vende dentro del comercio justo tiene que reunir 10 criterios establecidos por la Organización Mundial del Comercio Justo (<http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/definicion/los-10-principios-internacionales/>), que, de manera resumida, son:

1. Creación de oportunidades para productores con desventajas económicas.
2. Transparencia y responsabilidad.
3. Prácticas comerciales justas.
4. Pago de un precio justo (mutuo acuerdo, socialmente aceptable).
5. Asegurar ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso.
6. Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación (sindical).
7. Asegurar buenas condiciones de trabajo.
8. Facilitar el desarrollo de capacidades.
9. Promoción del Comercio Justo.
10. Respeto por el medio ambiente.

En definitiva, podemos ver que las capacidades humanas creativas en el área de la economía, puestas al servicio de la humanización de la actividad económica, ofrecen alternativas sobre las que seguir profundizando de manera que entre todos podamos ir modificando la actual concepción y realizaciones económicas hegemónicas a favor de cubrir las necesidades de todos y cada uno de los seres humanos, por su dignidad común.

Conclusión

La logoterapia plantea, como uno de sus ejes fundamentales, la pluridimensionalidad de los fenómenos humanos, advirtiéndonos de los peligros que encierran los reduccionismos. Este trabajo pretende ser el inicio de un camino compartido, interdisciplinar, con fundamentación en la visión antropológica y del mundo frankliana, para reflexionar sobre el ser y el quehacer económico de las personas, grupos e instituciones.

Cada persona es un fin en sí misma, nunca un medio para otro fin. Las cosas, por muy valiosas que sean, han de ocupar siempre el lugar de medio, para que cada ser humano pueda vivir desarrollándose como tal, en su esencia y sentido, en cada momento de su existencia; siendo importante situar el trabajo dentro de los valores de creación, y, por tanto, como una vía para descubrir y vivir el sentido de la vida.

Las empresas y la macro-economía habrían de estructurarse desde el reconocimiento de la dignidad del ser en el mundo y con el mundo que somos (todos y cada uno de los habitantes del planeta como herederos del pasado y constructores de nuestro presente y garantes del porvenir de las siguientes generaciones).

Miguel Ángel CONESA FERRER es psicólogo, trabaja en el ámbito clínico y es miembro de la Junta Directiva de AESLO.

Luis DE LA PEÑA SÁNCHEZ es educador social, trabaja en el Centro de Atención Social San Diego de Cáritas Diocesana de Alcalá de Henares y es miembro de la Junta Directiva de AESLO.

Miquel VIAPLANA RAMIREZ es psicólogo, trabaja en el ámbito clínico y es miembro de ACLAE.

M^a Ángeles NOBLEJAS DE LA FLOR es doctora en pedagogía, orientadora y miembro fundador y presidenta de la AESLO.

Referencias

Alcoberro, R. (2013). *¿Homo economicus o idiota moral?* Descargado el 21/07/2013 de: <http://www.alcoberro.info/V1/liberalisme5.htm>

Askunze, C. (2007). Economía Solidaria. En: G. Celorio y A. López de Muniain (Coords.), *Diccionario de Educación para el desarrollo* (pp. 107-113). Bilbao: Hegoa, Bilbao. Descargado el 12/10/2013, a las 17:24 de: http://www.economiasolidaria.org/files/ecosol_dic_ed.pdf.

Felber, C. (2012). *La Economía del Bien Común*. Barcelona: Deusto

Frankl, V.E. (1986), *The Doctor and the Soul*. New York: Vintage.

Frankl, V.E. (1987). *El Hombre doliente*. Barcelona: Herder.

Frankl, V.E. (2012). *El hombre en busca del sentido último. El análisis existencial y la conciencia espiritual del ser humano*. Barcelona: Paidós.

Frankl, V.E., (2001). *El hombre en busca de sentido*. Barcelona: Herder.

Kant, I. (1983). *Fundamentación de la Metafísica de las Costumbres*. Colección Austral. Madrid: Espasa Calpe. (Original 1785).

Latouche, S. y Harpagés, D. (2011). *La Hora del Decrecimiento*. Barcelona: Octaedro.

Marzano, M. (2011) *Programados para triunfar*. Barcelona: Ensayo Tusquets.

Pattakos, A. (2004). *En busca del sentido. Los principios de Victor Frankl aplicados al mundo del trabajo*. Barcelona: Paidós.

Razeto, L. (2006). *Lecciones de Economía Solidaria. Realidad, Teoría y Proyecto*. Santiago de Chile: Uvirtual.net.

Semler, R. (2006). *Radical. El éxito de una empresa sorprendente*. Barcelona: Gestion 2000. (Original de 1993 con el título Turning the Tables - Maverick).

Vázquez, C. y Hervás, G. (2008). *Psicología positiva aplicada*. Bilbao: Desclee de Brouwer.