

Antropología, economía y empresa: claves para un método desde la persona

*Anthropology, economy and enterprise:
Keys to a method from person*

JAVIER BARRACA *

Resumen: Toda concepción económica y toda empresa se desarrollan de acuerdo con la antropología implícita que subyace en su interior. Esta es la razón de la gran importancia que posee el conocer o clarificar cuál es la antropología concreta que existe en cada compañía y caso. En este ensayo, se intenta proponer un método práctico concreto, que puede ayudar a pensar acerca de esta cuestión en el interior de nuestras organizaciones. La principal clave de este método estriba en mostrar el gran valor de la persona, así como de la dignidad humana, para un desarrollo fundado en su libertad y creatividad.

Palabras clave: antropología, empresa, economía, persona, dignidad.

Abstract: Every economic vision and enterprise develops an anthropology that's lays inside them. That is why it is so important to know it in each specific company and case. In this essay we try to suggest a particular and practical method, which may help to think about this question inside ours' organizations. The main key of this method is to show the great value of the person, and of human dignity for a development based on her freedom and creativity.

Keywords: anthropology, enterprise, economy, person, dignity.

Recibido: 01/11/2014
Aceptado: 11/09/2015

* Universidad Rey Juan Carlos (Madrid). E-mail: javier.barraca@urjc.es

“La persona es una fuente de imperecedero asombro”
(J. L. del Barco)¹.

1. Introducción: “De las teorías antropológicas en lo económico y empresarial a la vida”

No hay economía ni empresa sin antropología, sin una visión determinada del propio ser humano. De hecho, cualquier ámbito de nuestra vida y praxis se ven influenciados por nuestra concepción antropológica, de manera que una aproximación a lo humano centrada en la persona y en su singular dignidad se proyectará luego en los más diversos campos de actividades, facetas o dimensiones que desarrollemos; esto, tal como han revelado los estudios de antropología fundamental y aplicada de conspícuos pensadores actuales, como J. M. Burgos². Seamos o no conscientes de ello, nuestra propia concepción antropológica o visión del hombre condiciona nuestra forma de vivir la dimensión económica y empresarial de nuestro ser y de nuestras relaciones. Así, por ejemplo, la forma de entender al ser humano de T. Hobbes –su célebre “el hombre es un lobo para el hombre”–, como es evidente, da una economía y una visión de las instituciones determinadas, marcadas por ello. O, a su vez, la concepción de Rousseau del buen salvaje genera una economía y una sociedad entendidas bajo esta clave. No es objeto de este ensayo adentrarse ni en una ni en otra visión, ni explicar las diferencias entre ellas. Pero sí partimos de un hecho incontable, y es que nuestra antropología incide en nuestra economía y empresa. Así, la visión marxista del ser humano desde el materialismo histórico y la dialéctica de los contrarios, engendra necesariamente según sus rígidos esquemas una economía y empresa fundadas en la confrontación –para el marxismo– inevitable, entre obreros y empresarios, y conduce a un camino sin salida, que causa violencia. A su vez, la antropología de F. Nietzsche, fundada en el superhombre y la voluntad de poder, da lugar a unas relaciones sociales o comunitarias, y así organizativas, más tarde o más temprano descarnadas, orientadas hacia la dominación del más fuerte sin paliativos sobre los débiles³. En este sentido, son conocidas algunas de las expresivas afirmaciones a este propósito, contenidas en sus escritos⁴.

¹ J. L. DEL BARCO, Introducción, en R. SPAEMANN, *Personas: acerca de la distinción entre “algo” y “alguien”*, Eunsa, Pamplona 2000, p. 11.

² J. M. BURGOS, *Reconstruir la persona*, Palabra, Madrid 2009.

³ AA.VV., *Estudios sobre Antropología y Teoría económica*, R. RUBIO DE URQUÍA (coord.), Unión Editorial, Madrid 2005.

⁴ Cfr., como muestra, la glosa crítica de E. FINK al siguiente texto del mismo: “Una sociedad que definitivamente, y por instinto, renuncia a la guerra y a la conquista, está en decadencia: se halla madura para la democracia y el régimen de los tenderos (...)”. Cit. en EUGEN FINK, *La filosofía de Nietzsche*, Alianza universidad, Madrid 1986, p. 201. F. NIETZSCHE, *Der Wille zur Macht*, Grossoktavausgabe, Kröener, XVI, 179.

Si vemos al hombre como un objeto –aunque sea complejo– o una mera máquina, nuestra economía y empresa responderán a este paradigma que cosifica y reduce al hombre. Caeremos entonces en un modelo orientado a la posesión o adueñamiento e instrumentalización de los seres humanos también en las relaciones económicas y organizativas. Está claro que estas concepciones son erradas, y sus efectos perniciosos, tal como testimonian la experiencia y la historia. Pero, además, cabe interrogarse acerca de lo que sigue, y esto es: ¿nos hemos preguntado adecuadamente qué formas concretas de reflexión podemos desarrollar a fin de explorar las posibilidades que esto posee? ¿Cómo convertir este hecho en una oportunidad en nuestro terreno?

Este ensayo desea, precisamente, descubrir caminos nuevos que nos permitan avanzar desde este punto de unión hacia una dirección, simultáneamente práctica y eficaz, en la vía de la humanización de este ámbito. Para esta humanización se propondrá como eje antropológico central una filosofía fundada en el tenor único de la persona y su dignidad. En síntesis, desde aquí, pretendemos meditar en busca del sentido práctico que se deriva de un enfoque hondo y fecundo de lo anterior. Por añadidura, procuraremos extraer unas pautas operativas y aplicables, que colaboren a hacer nuestra reflexión y nuestra acción más conscientes, hondas y respetuosas con la realidad de estos principios. No podemos, aquí, atender a todas las matizaciones que reclama la diversa tipología organizativa, dada la extensión del trabajo y su pretensión de servir simplemente como marco más amplio y general, en el que contextualizar estas cuestiones. Sin embargo, para paliar este extremo, en cierto grado, remitimos a otro trabajo especializado nuestro, publicado en un ámbito centrado en el humanismo empresarial, en el que se confrontan entre sí las diferentes formas de comprender y plantear la vida organizativa, y se esbozan las claves específicas que, a este respecto, corresponden a las de tipo empresarial⁵.

2. La unidad entre la teoría y la práctica económicas reclama un método de acción

Todavía hay quienes consideran que la teoría o reflexión y la práctica apenas se encuentran relacionadas, al menos en la vida real, y especialmente en lo económico y organizativo. Sin embargo, por fortuna, muchos son ya conscientes de que las teorías inciden en la práctica –de ahí

⁵ J. BARRACA, *¿Metafísica en las empresas? Del olvido de la Filosofía primera en las organizaciones*, en “Revista Empresa y Humanismo”, Instituto Empresa y Humanismo, Universidad de Navarra, vol. X, n° 1/07, Pamplona 2007, pp. 11-34.

el célebre aforismo “nada más práctico que una buena teoría”–, también en nuestro ámbito de reflexión. Quizá, eso sí, todavía no se ha cobrado el grado de conciencia adecuado acerca de que toda práctica obedece y responde en el fondo a una visión u otra de lo humano, en ella implícita. Por eso, precisamente hemos titulado este ensayo: “Dime cómo ves al ser humano, y te diré cómo son tu economía y tu empresa”.

En efecto, la economía y la organización de la empresa no constituyen aspectos separados y desconectados de la esencia o naturaleza humana, ni de la unidad de la persona en donde esta se encarna. La matematización o formalización contemporáneas de lo económico y empresarial, por ejemplo, no deben llevar a la falsa idea de que estas representan realidades independientes del propio ser humano, que operen por su cuenta, desgajadas del todo o conjunto de la vida humana. Por esto, las mejores concepciones y aplicaciones de lo económico y empresarial siempre se han fundado en una visión honda y certera de lo humano mismo, en su sentido integral e integrador, son parte de una concepción antropológica unitaria, general. De ello, ofrecen un elocuente testimonio los autores de la Escuela de Salamanca⁶.

Hoy en día, de hecho, esta reivindicación de la antropología en la economía y la empresa resulta cada vez más decisiva e importante. Hay estudios recientes de ello, en España, de gran calado e interés (como los engendrados en el seno de Aedos)⁷. Por eso, en este ensayo, no queremos limitarnos a ponderar simplemente este hecho, ni a argumentar de una u otra manera en su favor, como hacen muchos otros muy interesantes y fecundos estudios, dignos de reconocimiento. Lo que pretendemos esbozar, aquí, es una reivindicación argumentada sobre cómo avanzar de modo coherente con ello, y dar algún otro paso hacia adelante, centrado en la realidad de la vida misma, siempre desde la ética y el humanismo aplicados. En resumen: creemos que, hoy, en un mundo globalizado y complejo, ante todo, urge esforzarse en pasar de las teorías a los hechos, en relación a la humanización de nuestra economía y vida empresarial⁸.

⁶ En numerosas obras colectivas especializadas, se contienen fecundos estudios para una aplicación actual de los autores de esta escuela. Por ejemplo, cfr.: AA. VV., *Europa: ¿mercado o comunidad?*, Publicaciones Universidad de Salamanca, Salamanca 1999.

⁷ Cfr. *Estudios sobre Antropología y Teoría económica*, cit. Aedos –“Asociación para el Estudio de la Doctrina Social de la Iglesia”– constituye una asociación especializada en el estudio e investigación de la DSI, dirigida por D. F. Fernández, y que cuenta con un capítulo específico de “economía y empresa”.

⁸ Sobre el contexto económico global y sus implicaciones éticas y humanistas, cfr. AA. VV., *Globalización y responsabilidad*, F. Roa (coord.), Every View, colecc. Desde la Universidad, Madrid 2011.

En nuestro caso personal, estas reflexiones nacen como el fruto de una ya larga investigación que brotó de nuestras indagaciones en el contexto de diversas instituciones nacionales e internacionales, especializadas en el fomento de la ética económica y empresarial, como EBEN-España, ASE, etc.⁹. Junto a ello, bebemos de nuestras experiencias profesionales, y nuestra labor como expertos asesores y docentes de ética, aplicada a la economía y la empresa. Pues bien, aquí, debido a ello, lo que queremos expresar y plantear reflexivamente radica en la necesidad de dar un paso más en esta senda, un paso que progrese en la íntima unión entre teoría y práctica, aplicadas a lo económico-empresarial, desde una antropología adecuada de la persona.

Esto reclama, a nuestro entender, ni más ni menos que pasar de la mera constatación de los estudios a una propuesta de un método práctico. Tal método ha de ir destinado a despertar la conciencia de este lazo, gracias a la reflexión, para luego mover a aplicar personal y organizativamente tal evidencia. Al hilo de la exposición de nuestro método, iremos exponiendo asimismo una serie de experiencias, datos y consideraciones antropológicas. Todo esto, mientras detallamos los pasos concretos de dicho método práctico, aquí propuesto para su análisis crítico y, llegado el caso, su futura puesta en marcha.

3. En busca de un método, o cómo pasar de las consideraciones teóricas acerca de lo económico y empresarial a la acción

Tras todo lo expuesto, todavía existe –nos parece– un tercer paso adelante, en esta orientación hacia la integración entre la teoría y la práctica; y, así, hacia lo profundo y el humanismo en este terreno. Ese tercer paso consiste en formular y proponer, para su análisis y aplicación, “métodos prácticos” que no se queden en lo abstracto o indeterminado, sino que por el contrario pueden aplicarse, con sencillez, a muy distintos entornos personales y organizativos. En definitiva, métodos concretos, capaces de elucidar esto en los contextos determinados y reales, cercanos, de las distintas organizaciones y sujetos. ¿Cómo podemos fomentar –en suma– que individuos e instituciones reflexionen hasta captar el vínculo estrecho que se da siempre entre nuestras visiones de lo humano y nuestras conductas, en su aspecto económico y organizativo? ¿Cómo, después de

⁹ “EBEN” (“European Business Ethics Network”) es una asociación destinada a la ética empresarial, cuya rama en España se denomina en concreto “Ética, Economía y Dirección”. Por su parte, las siglas ASE corresponden a la institución española “Acción Social Empresarial”.

esto, motivar para su mejoría o afinamiento en ello, con la meta de lograr el deseo de su aplicación, de una forma más certera u honda?

Lo que en definitiva queremos plantear aquí consiste en advertir que, si no alcanzamos a proponer nunca una forma de activar y desarrollar la reflexión acerca de las implicaciones entre nuestro pensar lo humano y nuestro actuar económico-empresarial, sencillamente permaneceremos siempre en el limbo de las especulaciones. Ello, por muy certeras y hondas que estas sean.

Ahora bien, ¿qué método específico cabe plantear en concreto para hacer despertar esta conciencia? Muchos, sin duda, pueden resultar válidos a este fin. En este sentido, como simple muestra de ellos, nos permitimos ahora recordar el original y creativo modo que utilizó para esto C. Carmona. Este autor elaboró toda una obra narrativa en la que, a través de los avatares de un profesional en distintas organizaciones, nos reveló hasta qué grado tener un jefe u otro influye enormemente en nuestra vida laboral y organizativa, y nos mostró también cómo el estilo de liderazgo se proyecta sobre la cultura organizacional, a partir de una u otra imagen concreta del hombre¹⁰.

Nosotros, a través de este ensayo, no nos conformamos con plantear esta necesidad, ni las ideas fundamentales que ella alberga, con el objeto de contribuir así a integrar más armónicamente la teoría y práctica. Tampoco nos interesa reflejar los diversos métodos ya existentes, que se han propuesto por otros, a fin de lograrlo (como los propios de la conocida “dirección por objetivos”, entre otros muchos). Vamos a brindar un pequeño ejemplo, acerca del cual debatir y contrastar posiciones, que en este lugar aventuramos con la intención de acometer este reto. Con ello, perseguimos despertar el sentido crítico de otros, de modo que estos engendren el suyo propio y lo apliquen después en su contexto real.

4. Nuestra propuesta: los pilares de una reflexión orientada a la vida de las personas

Hemos expuesto, hasta aquí, que toda visión de lo humano influye en la economía y empresa que luego se desarrollan. Asimismo, se ha detallado en estas líneas que esa influencia reclama el que tomemos conciencia de esto por medio de una reflexión profunda y aplicada. Ahora, queremos detenernos en lo que consideramos la urgente necesidad de proponer algún método concreto o definido, y certero o adecuado, con

¹⁰ P. CARMONA, *Las claves del talento: la influencia del liderazgo en el desarrollo del capital humano*, Urano, Barcelona 2002.

el que incentivar tal reflexión. Es decir, queremos plantearnos el tema de qué rasgos o notas debe poseer esa forma de meditar acerca de todo ello. Si, como hemos subrayado, importa que en este orden se vaya de las palabras a los hechos, cuál es el camino que creemos mejor para plantear aquí esta clase de reflexión.

De acuerdo con lo anterior, tal vez convenga, en este momento, enunciar que –en nuestro modesto criterio– lo que se ofrezca a este respecto no debe ser solo, sin embargo, un sencillo procedimiento, que sirva para pasar de las palabras a los hechos, en el terreno de la relación teoría-práctica. Nuestra experiencia nos enseña que, además, resulta capital el que dicho método oriente al mismo tiempo certeramente, en cuanto a las bases antropológicas que sustentan dicha relación en la realidad. Esto lo haremos, solo, si preservamos o incluso fomentamos –como aquí– la libertad de quienes se interrogan, y a la vez proporcionamos alguna clave o pauta fecunda para que estos puedan confrontarse con ella, y responder ante sus apelaciones. Se trata, por tanto, de crear un método fundado en la libertad, en el que movemos a la interrogación individual y organizativa, presentando una serie de cuestiones que se han seleccionado y ordenado sobre la base de un modelo antropológico de fondo. En nuestro caso, el que proponemos consiste en el ofrecido por la antropología judeo-cristiana. Pero ¿cómo se puede concretar, hoy en día, esta referencia general, de acuerdo con nuestro propósito?

En esto, nos parece que interesa sin duda ofrecer referencias que tengan cierto carácter de actualidad, pero que al mismo tiempo resulten profundas, a la par que certeras. Es por eso que nos permitimos señalar, como posible referencia concreta, las consideraciones antropológicas y éticas acerca de lo económico y empresarial de un documento como es la carta encíclica *Caritas in Veritate* de Benedicto XVI¹¹. En este texto, se contienen reflexiones acerca de la necesidad de una antropología honda y fecunda como base de todo desarrollo humano, especialmente en sus aspectos económicos y sociales. Con esta misma orientación, pueden citarse, en el extranjero, los trabajos de Zamagni, y entre nosotros –por ejemplo– los de J. M. Méndez o Jesús de Garay.

También, nos aventuramos a proponer que, asimismo, poseen un valor verdaderamente significativo las profundas consideraciones filosóficas de Emmanuel Lévinas¹². Este pensador contemporáneo, célebre por su reivindicación de la diferencia o alteridad y de la huella o apelación de

¹¹ BENEDICTO XVI, *Caritas in Veritate*, Roma 2009.

¹² E. LÉVINAS, *Totalidad e Infinito*, Sígueme, Salamanca 1977.

Dios en el rostro desnudo del prójimo, ha subrayado con una particular intensidad y creatividad el valor único de la persona, su singularidad inefable y su irrepetibilidad originaria como fundamentos de toda relación o encuentro fecundos.

Ahora bien, junto a estas referencias de fondo orientadoras, pensamos que hay que tener presente la manera práctica en la que deberá desarrollarse cualquier reflexión que aspire a resultar eficaz. ¿Qué puntos más directamente prácticos deben atenderse para esto? A nosotros nos parece que otra pauta de posible actuación aquí, digna de recuerdo, es la del fomento del diálogo junto con la reflexión. Por eso, esta concreta concepción de lo humano, que nuestro método de reflexión conlleva –todo método incluye alguna visión sobre lo humano, y también el nuestro, que lo reconoce de forma explícita, sin fingida neutralidad–, implica el que sus contenidos no se nos impongan, sino que se nos propongan, que se planteen para su consideración, debate y revisión ulteriores. Además, la forma precisa de plantear este peculiar encuentro, con las claves que dicho modelo antropológico judeo-cristiano nos ofrece, consiste en la pregunta abierta, la interrogación o el cuestionamiento críticos, por parte de las personas concernidas, además del diálogo en torno a tales cuestiones, el debate y el contraste en común de los criterios.

Dos focos de atención más, pensamos, deberían guiar todo camino certero hacia la reflexión que desee ser eficaz a este respecto. El primero radica en la clave de la persona, de su valor único e irremplazable, y su dignidad, como principio fundamental de toda antropología honda y fecunda. El segundo consiste en el despliegue de este valor en la forma del emprendimiento, de la iniciativa, de la creatividad personal y relacional. Ello conecta con el valor de la libertad humana, al tiempo que con su otra faz, es decir, la responsabilidad ética de los sujetos; un elemento vital, nos parece, en toda concepción práctica de lo humano que se aplique en lo económico y organizativo.

Pero pasemos ya a proponer aquellos pasos o fases concretas de nuestro método que deberán activar la reflexión, capaz de ayudar a tomar conciencia del vínculo entre nuestra visión antropológica y nuestra teoría-práctica económica-empresarial.

5. Un esquema en cuatro pasos de un posible método en forma de preguntas

La reflexión que buscamos originar en las personas y organizaciones puede desarrollarse a través de la formulación de algunas preguntas concretas. Preguntar a alguien es una forma de enseñar, de ayudar a pensar,

de educar, como Sócrates ha mostrado clarivamente. Ahora bien, qué cuestiones podemos lanzar para provocar la reflexión y el diálogo en torno a nuestro tema.

Indudablemente, caben muchas preguntas y fórmulas precisas en nuestro ámbito. Pero a nosotros nos parece que algunas de ellas no deberían hallarse ausentes por sus especiales características y su poder de evocación, de acuerdo con lo que ya hemos expuesto. Por eso, hemos seleccionado y formulado una serie de preguntas, de acuerdo con nuestra propia experiencia en el fomento de la reflexión, en torno a los temas antropológicos y éticos aplicados. Estas preguntas son las que incluimos a continuación:

- 1) Primer paso:
¿Cuál es nuestra definición del ser humano?
- 2) Segundo paso:
¿Qué consecuencias prácticas conlleva nuestra definición de lo humano en lo económico y organizativo?
- 3) Tercer paso:
¿Alcanzan nuestra visión y nuestra práctica a reflejar la unicidad o dignidad de la persona?
- 4) Cuarto paso:
¿Nuestra peculiar visión y práctica de lo humano activan la creatividad y el emprendimiento, con fecundidad?

Todas estas preguntas o fases de la reflexión, que aquí proponemos, pueden plantearse en el nivel personal, y tras ello, cabe el llevarlas al diálogo en común en el seno de las diversas comunidades o grupos, en los que deseamos fomentar esta reflexión crítica. Así, planteamos los interrogantes de manera individual, y después, compartimos o ponemos en común nuestras diversas respuestas o consideraciones. De este modo, se enriquece enormemente nuestra personal luz acerca de estos asuntos.

6. Nuestro “personal” método en acción

El camino que acabamos de proponer se inicia con una primera pregunta. Es la pregunta directa por la definición del ser humano, aquella que cada sujeto posee en su interior. Esta pregunta pretende invitar a cada cual a que se interrogue acerca de su propia visión de lo humano. Una manera de realizarla muy concreta consiste en pedir a los sujetos que se atreven a

formular por escrito, y luego a compartir con otros, una definición personal del ser humano: ¿qué es el hombre para ti? ¿Cómo lo definirías?

Nuestra experiencia, en la formación empresarial, nos ha hecho advertir que es muy saludable el despertar la reflexión por medio de una apelación al criterio personal. Hay que hacer pensar desde lo personal, apelando a cada cual. Además de esto, definir reclama concretar, perfilar, delimitar; ello exige un esfuerzo por aclararse uno mismo primero, acerca de lo definido. De este modo, ayudamos a profundizar en lo humano a quien, quizá, antes, no se haya detenido en exceso en ello.

Pero no basta preguntarse por lo humano y nuestra peculiar forma de interpretarlo. Esta pregunta tiene conexiones con nuestra práctica y su aspecto económico y empresarial. De aquí, nuestra propuesta de realizar un nuevo paso: el del reflejo de esta definición propia en el campo que nos interesa ahora. Así pues, debemos invitar a la persona y a la organización a que nos muestren –y así cobren mayor conciencia de ello– qué efecto tiene su definición del hombre en la economía y la empresa. Si nos limitáramos a pensar sobre el hombre sin aplicar esto a un campo de preocupación específico –como los que aquí nos ocupan– correríamos el riesgo de quedarnos en lo abstracto, en una consideración que no advierte sus implicaciones vitales o prácticas.

La tercera y cuarta etapas de nuestra reflexión, vía interrogación y diálogo, sencillamente potencian el tomar conciencia del valor único de la persona y de la necesidad del fomento de la creatividad, la iniciativa y el emprendimiento personales. De aquí, procede nuestro no conformarnos ni detenernos en los pasos reflexivos anteriores. De algún modo, estos dos nuevos interrogantes van a ir unidos, por cuanto se co-implican. Solo la persona es creativa en este sentido, y solo lo es desde su unicidad, su singularidad más honda. A este último propósito, queremos hacer una nueva referencia fundamental, que creemos puede ser de gran interés. Se trata de los trabajos, en torno a la creatividad humana, llevados a cabo por el conocido filósofo español Alfonso López Quintás¹³. Según este, la creatividad humana fundamental es “relacional” (como indicó ya Sternberg en EE.UU.¹⁴), y de una rela-

¹³ A. LÓPEZ QUINTÁS, *El arte de pensar con rigor y vivir de forma creativa*, APCH, Madrid 1993. Este célebre pensador dialógico español, catedrático de Filosofía de la UCM y miembro de la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas de España, es el fundador de la conocida “Escuela de Pensamiento y Creatividad”.

¹⁴ Este reputado estudioso norteamericano de la psicología humana –R. Sternberg– destacó, entre otros motivos, por sus análisis en torno a la inteligencia humana; esto, de acuerdo con la clave de la creatividad y de su capacidad para establecer relaciones innovadoras y diversas.

cionalidad muy particular: la de los vínculos o lazos humanos. En pocas palabras, tener iniciativa, ser emprendedores, desarrollar nuestra creatividad requiere acertar a establecer lazos, a forjar alianzas, a tejer relaciones. Esto se aplica, como es obvio, al mundo de la economía y de la empresa.

Advirtamos que la dignidad personal y única y la creatividad humana –como relación inter-personal– son las dos caras de una misma moneda. Por naturaleza, la persona está hecha para desarrollarse, creando ámbitos o formas de unidad con los otros, y eso es un reflejo de su dignidad singular. Como somos únicos, buscamos encontrarnos con otros seres que participen de esta incomparable dignidad, y ello transforma nuestra vida en convivencia mutua y en cooperación. Lo relacional y lo personal son inseparables, y de su unidad procede todo desarrollo económico, social y empresarial –tal como, con una enorme belleza y hondura, ha mostrado Benedicto XVI en *Caritas in Veritate*–.

Así pues, desde la pregunta que lanzamos al individuo y a la organización (la que versa acerca de si los hechos –que se despliegan a partir de su visión de lo humano– responden coherentemente o no a la dignidad única de las personas implicadas), debemos siempre pasar a otra cuestión igualmente práctica: ¿se está creciendo o no en creatividad, se están trazando relaciones fecundas con los sujetos y realidades afectados, por nuestra parte y organización? Es la pregunta con la que, aquí, deseamos concluir, una pregunta de un claro talante emprendedor, de emprendimiento. Este interrogante se funda, según hemos mostrado, en la dignidad única de toda y de cada persona, y en su libertad, tal como las más hondas y fértiles indagaciones acerca –por ejemplo, las de la escuela austriaca– de lo emprendedor han desvelado¹⁵. Precisamente, sobre una antropología del emprendimiento, y sus lazos con la originalidad o creatividad de la persona y con el valor único de su ser y libertad, en España, han desarrollado un pensamiento práctico iluminador especialistas como J.-J. Franch Meneu, J. Huerta de Soto y otros¹⁶.

¹⁵ En el seno de la misma, se ha destacado el valor de la iniciativa y del ánimo de emprendimiento, así como el de la libertad para las relaciones económicas y sociales (como, por ejemplo, mostraron Von Mises o Schumpeter).

¹⁶ Cfr. la elaboración de sus análisis, de un gran calado antropológico, acerca en concreto de la “función emprendedora” o “el valor económico y su íntima conexión con la libertad personal”. Así, cfr. J.-J. Franch Meneu, J. Huerta de Soto et al.

7. A manera de conclusión: el valor insustituible de la persona y de su creatividad para el desarrollo

Concluimos, por tanto, nuestro ensayo con una idea a manera de broche o colofón final. Esta radica en que, tanto los sujetos como las organizaciones actuales, necesitan avanzar en su conciencia, con respecto a las connotaciones prácticas que reviste su particular visión de lo humano. Esto exige el que se fomente la reflexión sobre este asunto en su interior, así como el diálogo mutuo en torno a tan fecundas cuestiones. Ello debido a que, sin duda, cuanto más intenso sea su grado de conciencia, acerca de las consecuencias de su antropología subyacente, de su visión de lo humano, más posibilidades tendrán de mejorarla y ahondar en ella, y al cabo de hacer progresar el cuidado práctico que esto reclama.

Aquí, hemos expuesto un método o camino, estructurado sobre una serie de preguntas, para la meditación ordenada y progresiva. Todo esto puede llevarse a cabo, por ejemplo, a través de una sencilla acción formativa, que involucre a los principales directivos o responsables del liderazgo de una institución, sea la que fuere. También, cabe el realizarlo de un modo individual o personal.

No es todavía este el momento de delinear todas las posibles aplicaciones, que podrían derivarse de nuestro breve ensayo. Una de ellas, quizá, cabría hallarla en su conversión en formación económica y empresarial, por ejemplo a través de los nuevos cauces en el aprendizaje gracias a los medios de comunicación o las tecnologías de la comunicación y de la información. En cualquier caso, con esta reflexión, hemos pretendido ayudar a una integración mayor, entre los elementos del fondo y los de la forma, en este terreno. Deseábamos, con ello, cooperar a salvar un poco esa –a veces, excesiva– distancia, que parece separar los dos extremos del puente, que estamos llamados todos a construir, entre la teoría y la práctica económico-empresariales. Es el nuestro solo un intento más, en esta integradora dirección, tan ardua de lograr. Pero no constituye, desde luego, el único. Invitamos, con nuestra meditación, a otros a que planteen formas precisas de avanzar en esta unidad entre pensamiento o filosofía y acción económica.

Para colaborar en ello, hemos ofrecido algunas claves o referencias que juzgamos son orientadoras. Pero lo más importante, tal vez, consiste en que en este esfuerzo no se extravíe nunca la honda armonía que ha de existir entre el respeto al valor inmenso de la persona y el despliegue de su iniciativa creadora, huella de esta singular dignidad. Permítasenos concluir, por esto, con unas palabras de Benedicto XVI

llenas de verdad y de belleza a este propósito, a modo de epílogo: “En las iniciativas para el desarrollo debe quedar a salvo el principio de la centralidad de la persona humana, que es quien debe asumir en primer lugar el deber del desarrollo”¹⁷.

¹⁷ BENEDICTO XVI, *Caritas in Veritate*, cit., n° 47.