

DIEGO DE LA TORRE

Empresario y presidente del Pacto Mundial en el Perú



Economía del amor

Una de las razones por las cuales los economistas serios no hacen predicciones es que a pesar de la elegancia matemática de los modelos econométricos, las decisiones que tomamos son producto de la interacción entre razón y emoción. Como dice Gerald Hüther, neurobiólogo asesor de Angela Merkel: “El fenómeno más fascinante generado por la evolución es el amor. Podemos percibirlo con cada uno de nuestros sentidos; sin embargo, no tiene forma determinada. Es invisible hasta para nuestros aparatos de medición más modernos, inmedible, impredecible, y, no obstante, casi todos los seres humanos están de acuerdo: el amor existe. La persona que lo experimenta se llena de fuerzas insospechadas y se dice

que quien cree en él puede mover montañas”.

Es un tema sobre el que como especie humana hemos reflexionado y nos hemos obsesionado durante siglos. No obstante, sabemos poco de él. Hemos intentado describirlo como afecto, entrega, pasión, deseo, vínculo, simpatía pero siempre terminamos refiriéndonos a lo mismo: el amor. Hemos descubierto los secretos del átomo y los genes, hemos llegado a la Luna, pero no sabemos con precisión por qué existe el amor y para qué sirve.

Cada uno tiene una creencia acerca de la importancia del amor producto de su propia experiencia con ese sentimiento. Si lo hemos recibido y sentido durante nuestra infancia a través de nuestros padres y familia y hemos vivido un amor de pareja pleno, po-

demostramos mantener la fe en su importancia. Antes del triunfo de la razón, se creía que el amor era un regalo divino y que quien lo tenía podía superar todo sufrimiento terrenal.

Hace muy poco, nuestros bisabuelos empezaron a pensar que no podrían reducir el sufrimiento solo con amor y se lanzaron con frenesí con la ayuda de la Ilustración a poner fin a sus penas a través del intelecto y la razón. Al principio, el éxito fue fantástico y el entusiasmo por la recién descubierta razón se transmitió por generaciones. Los hombres, a través de la ciencia, obtuvieron más riqueza y comodidad, pero se empezaron a dar cuenta de que estaban contaminando, depredando la

EXPERIENCIA

Cada uno tiene una creencia acerca de la importancia del amor producto de su propia experiencia con ese sentimiento.

COMUNIDAD

Sin ese sentimiento que lleva a la persona a identificarse con otras y a poner parte de su talento al servicio de la preservación y el bienestar de la comunidad en que vive no tendremos futuro.

diversidad y dejando a las personas con la sensación de que están solas en un mundo vertiginoso, cambiante y peligroso. Es decir, empezamos a entender que las capacidades intelectuales se podían usar para cualquier cosa.

Por eso, estamos llegando a la era del amor porque nos hemos dado cuenta, como dice Hüther, de dos cosas: 1. La forma en que un hombre usa su cerebro, lo que produce con él, depende del sentimiento que lo domine; de la motivación que lo incite y de los propósitos que persiga. 2. Que cuando el egoísmo se convierte en el motivo conductor del pensamiento, del sentir y del actuar de un número cada vez mayor de personas, todo es posible menos una cosa: el amor. Sin ese sentimiento que lleva a la persona a identificarse con otras y a poner parte de su talento al servicio de la preservación y el bienestar de la comunidad en que vive no tendremos futuro. Por eso, el modelo que funcionará es una vigorosa economía de mercado con un apellido: responsabilidad social y ambiental. En suma, una economía del amor. Es la única manera de construir un mundo mejor, más próspero y más feliz.