

Tras la economía de la felicidad

Jeffrey D. Sachs¹

Los indicadores de los países debieran medir otros índices además de los económicos.

Vivimos en una época de vértigo. A pesar de la riqueza total sin precedentes del mundo, existe una gran inseguridad, un gran malestar y una gran insatisfacción. En Estados Unidos, una amplia mayoría de los norteamericanos cree que el país está "en el camino equivocado". El pesimismo se disparó. Lo mismo es válido en muchos otros lugares.

Frente a este contexto, llegó la hora de volver a considerar los motivos básicos de felicidad en nuestra vida económica. La búsqueda implacable de un mayor ingreso está conduciendo a una desigualdad y a una ansiedad sin precedentes, y no a una mayor felicidad y satisfacción en la vida. El progreso económico es importante y puede mejorar marcadamente la calidad de vida, pero sólo si es un objetivo que se persigue junto con otros.

En este sentido, el reino de Bután en el Himalaya viene liderando el camino. Hace cuarenta años, el joven y flamante cuarto rey de Bután hizo una elección notable: Bután debía perseguir la "felicidad nacional bruta" (FNB) en lugar del producto interno bruto. Desde entonces, el país ha experimentado una estrategia alternativa y holística para el desarrollo que hace hincapié no sólo en el crecimiento económico, sino también en la cultura, la salud mental, la compasión y la comunidad.

Decenas de expertos recientemente se reunieron en la capital de Bután, Thimphu, para analizar la experiencia del país. Fui uno de los anfitriones junto con el primer ministro de Bután, Jigme Thinley, un líder en materia de desarrollo sustentable y un gran defensor del concepto de FNB. Nos reunimos tras una declaración de la Asamblea General de las Naciones Unidas del mes de julio que instó a los países a examinar de qué manera las políticas nacionales pueden promover la felicidad en sus sociedades.

Todos los que nos reunimos en Thimphu coincidimos en la importancia de buscar la felicidad en lugar del ingreso nacional. La cuestión que analizamos es cómo alcanzar la felicidad en un mundo que se caracteriza por la rápida urbanización, los medios masivos, el capitalismo global y la degradación ambiental. ¿De qué manera nuestra vida económica se puede reordenar para recrear una sensación de comunidad, confianza y sustentabilidad ambiental?

He aquí algunas de las conclusiones iniciales. Primero, no deberíamos denigrar el valor del progreso económico. Cuando la gente tiene hambre, carece de las necesidades básicas como agua potable, atención médica y educación, y no tiene un empleo digno, sufre. El desarrollo económico que alivia la pobreza es un paso vital para fomentar la felicidad.

¹ Economista Universidad de Columbia (EE. UU.)

Segundo, la búsqueda incesante del PIB sin tener en cuenta otros objetivos tampoco conduce a la felicidad. En Estados Unidos, el PIB aumentó marcadamente en los últimos 40 años; no así la felicidad. Por el contrario, la búsqueda inquebrantable del PIB llevó a grandes desigualdades en materia de riqueza y poder, alimentó el crecimiento de una vasta subclase, sumergió a millones de niños en la pobreza y causó una seria degradación ambiental.

Tercero, la felicidad se logra a través de una estrategia equilibrada frente a la vida tanto de parte de los individuos como de las sociedades. Como individuos, no somos felices si se nos niegan nuestras necesidades elementales, pero tampoco somos felices si la búsqueda de mayores ingresos reemplaza nuestra dedicación a la familia, los amigos, la comunidad, la compasión y el equilibrio interno. Como sociedad, una cosa es organizar las políticas económicas para que los niveles de vida aumenten, y otra muy distinta es subordinar todos los valores de la sociedad a la búsqueda de ganancias.

Sin embargo, la política en Estados Unidos permitió cada vez más que las ganancias corporativas dominaran todas las demás aspiraciones: imparcialidad, justicia, confianza, salud física y mental y sustentabilidad ambiental. Los aportes corporativos a la campaña cada vez socavan más el proceso democrático, con la bendición de la Corte Suprema de Estados Unidos.

Cuarto, el capitalismo global plantea muchas amenazas directas a la felicidad. Está destruyendo el medio ambiente natural a través del cambio climático y otros tipos de contaminación, mientras que una corriente implacable de propaganda de la industria petrolera hace que mucha gente desconozca esta situación. Está debilitando la confianza social y la estabilidad mental, mientras que la prevalencia de la depresión clínica aparentemente está en aumento. Los medios masivos se han convertido en lugares desde donde transmitir los mensajes corporativos, muchos de ellos manifiestamente en contra de la ciencia, y los norteamericanos padecen un creciente rango de adicciones de consumo.

Consideremos de qué manera la industria de la comida rápida utiliza aceites, grasas, azúcar y otros ingredientes adictivos para crear una dependencia poco saludable de alimentos que contribuyen a la obesidad. Un tercio de los norteamericanos hoy son obesos. En definitiva, el resto del mundo seguirá sus pasos a menos que los países restrinjan prácticas corporativas peligrosas, entre ellas la publicidad de alimentos adictivos y poco saludables para los jóvenes.

El problema no es sólo la comida. La publicidad masiva contribuye a muchas otras adicciones de consumo que implican grandes costos para la salud pública, entre ellas un tiempo excesivo frente al televisor, apuestas, consumo de drogas, tabaquismo y alcoholismo.

Quinto, para promover la felicidad, debemos identificar los muchos factores más allá del PIB que pueden aumentar o reducir el bienestar de la sociedad. La mayoría de los países invierte para medir el PIB, pero gasta muy poco para identificar las causas de la mala salud (como la comida rápida y el tiempo excesivo frente al televisor), la caída de la confianza social y la degradación ambiental. Una vez que entendamos estos factores, podremos actuar.

La búsqueda demencial de ganancias corporativas nos está amenazando a todos. Sin duda, deberíamos respaldar el crecimiento económico y el desarrollo, pero sólo en un contexto más amplio que promueva la sustentabilidad ambiental y los valores de la compasión y la honestidad que se necesitan para generar confianza social. La búsqueda de la felicidad no debiera estar confinada al bello reino montañoso de Bután.