

DE LA EXTRACȚIE LA CREAȚIE

CĂTRE O ECONOMIE A PĂRȚILOR INTERESATE



DR. STEPHEN BACKHOUSE
DR. EVE POOLE

**DE LA EXTRACTIE
LA CREATIE**

Către o economie a părților interesate

Dr. Stephen Backhouse

Dr. Eve Poole

Colophon

De la extracție la creație: către o economie a părților interesate

Dr. Stephen Backhouse

Dr. Eve Poole

© 2022 Sallux Publishing. Toate drepturile rezervate. Nici o parte a acestei publicații nu poate fi reprodusă, stocată într-un sistem de recuperare sau transmisă, sub nicio formă sau prin orice mijloace, electronice, mecanice, fotocopiere, înregistrare sau altele, fără permisiunea prealabilă a editorului.

Designul copertei și punerea în pagină: Rereserve

Imagini de pe copertă: Thijs C Jansen creativ

Cu excepția cazului în care se specifică altfel, textele biblice, în limba română, sunt preluate din Biblia, versiunea Dumitru Cornilescu.

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României BACKHOUSE, STEPHEN

De la Extracție la Creație : către o economie a părților interesate / dr. Stephen Backhouse, dr. Eve Poole ; trad.: Elena Neagoe. - Timișoara : Noua Speranță, 2025
ISBN 978-606-8829-74-6

I. Poole, Eve

II. Neagoe, Elena (trad.)

2

Disclaimer

Începând cu 2011, activitățile Sallux au fost sprijinite financiar de Parlamentul European. Răspunderea pentru orice comunicare sau publicație a Sallux, sub orice formă și pe orice suport, revine Sallux. Parlamentul European nu este răspunzător pentru utilizarea informațiilor conținute în aceste publicații.

Despre

Centrul Jubilee

Centrul Jubilee oferă o perspectivă biblică asupra problemelor sociale, economice și politice și îi echipează pe creștini pentru a fi sare și lumină în spațiul public. Credem că Biblia descrie o viziune coerentă asupra societății, care are o relevanță durabilă pentru Marea Britanie și pentru lume în secolul XXI. În centrul acestei viziuni sociale se află o preocupare pentru relații corecte. Căutăm să studiem, să diseminăm și să aplicăm această viziune pentru a oferi un răspuns pozitiv la provocările cu care se confruntă indivizii, comunitățile și factorii de decizie politică.

Sallux | Fundația ECPM

Sallux este fundația politică a Mișcării Politice Creștine Europene (ECPM). Sallux înseamnă „sare și lumină” și dorim să stârnim o dezbatere „sărată” acolo unde este nevoie și să facem lumină asupra problemelor cu care ne confruntăm. Prezentăm soluții prin organizarea de evenimente și distribuirea de publicații relevante și nu ne limităm la a sta de partea sigură a status quo-ului.

info@sallux.eu

www.sallux.eu

Despre autori

Dr. Stephen Backhouse (McGill, Oxford) este fondatorul Tent Theology, unde lucrează ca și consultant pentru antreprenori, întreprinderi și organizații de caritate. A ocupat funcțiile de director pentru absolvenți la St Mellitus College și decan al Westminster Theological Centre. Este autorul a numeroase cărți și articole legate de filosofie, putere și politică.

Dr. Eve Poole este licențiată la Durham, are un MBA la Edinburgh și un doctorat în teologie și capitalism la

Cambridge. Este autoarea mai multor cărți, printre care *Leadersmithing*, care a fost foarte apreciată în cadrul Business Book Awards 2018. A fost al treilea comisar pentru bunuri bisericesti (2018-2021) și prima femeie președinte al Consiliului de administrație de la Gordonstoun (2015-2021). A predat leadership la Ashridge Business School timp de 15 ani, după ce anterior a lucrat pentru Deloitte Consulting, unde s-a specializat în managementul schimbării.

Au fost odată ca niciodată două orașe.

Orașul Creației era un loc frumos.

Era un loc complex, în care animalele, plantele, lucrurile și oamenii trăiau împreună. Nu era întotdeauna ușor de văzut ce legături există între fiecare dintre ei, dar ei știau că sunt înrudiți și trăiau liniștiți cu această complexitate.

Orașul era profitabil: afacerile oamenilor lăsau în urma lor mai multe resurse de calitate, iar locurile, după interacțiunea cu oamenii, deveneau mai bune decât înainte ca să le fi găsit oamenii.

Oamenii angajați în Orașul Creației erau energizați de munca lor și, cumva, animalele, plantele și lucrurile păreau să se înmulțească după ce intrau în contact cu afacerile lor.

Locuitorii orașului credeau că, dacă un proiect trebuia să facă oamenii să sufere sau să le afecteze locurile pentru a avea succes, nu merita să fie realizat.

Ei știau cât de important este să mențină relațiile, așa că au măsurat succesul eforturilor lor în funcție de cât de bine erau conectate între ele persoanele care participau.

Orașul Creației era un loc frumos.

Orașul Extracției nu era atât de frumos.

Și acesta era un loc complex. Avea și el animale, plante, lucruri și oameni, toate legate între ele în moduri complicate, și totuși conducătorii orașului încercau să-și impună voința asupra tuturor lucrurilor.

Ei au aplicat soluții simpliste și etichete unor lucruri complexe și, în consecință, lucrurile nu s-au întâmplat niciodată așa cum ar fi trebuit să se întâmple.

Exista așteptarea ca oamenii să fie consumatori interesați. Exista așteptarea ca mediul înconjurător să funcționeze ca un mecanism de ceas.

Locurile, animalele și lucrurile erau văzute ca simple resurse din care se putea extrage maximum de valoare.

Oamenii erau considerați și ei resurse și trebuiau să își verse energia, emoțiile și timpul în organizațiile din care făceau parte.

Tot ceea ce a fost atins de Orașul Extracției a rămas neînțeles, epuizat și secătuit.

Orașul Extracției nu era atât de frumos.

Această poveste a celor două orașe este una
adevărată.

Se întâmplă tot timpul.

Se întâmplă chiar acum.

În care dintre cele două orașe ați vrea să locuiți?

Cuprins

Prefață.....	8
I. Imaginați-vă ceva mai bun	16
II. Economia de extracție.....	25
III. Acționarul suprem	51
IV. Crearea unui spațiu prielnic	63
V. Economia creației.....	72

Prefață

În august 2022, indicele Janus Henderson Global Dividend Index (JHGDI) a publicat că în al doilea trimestru al anului 2022 s-a înregistrat cel mai mare record de dividende plătite acționarilor¹. Acest lucru se întâmplă într-un moment în care un număr tot mai mare de persoane din Europa se confruntă cu dificultăți financiare din cauza inflației aflate în creștere și a facturilor la energie extrem de ridicate. Același indice a indicat că principalii factori determinanți ai creșterii fără precedent a dividendelor plătite au fost sectoarele petrolier, financiar și auto. În mod clar, considerăm că există o problemă morală dacă ne gândim că termenul „petrol” din acest indice înseamnă de fapt „petrol, gaze și energie”². Acest lucru înseamnă că, în timp ce oamenii se chinuie să plătească facturile la energie, companiile care generează aceste facturi aflate în creștere își măresc plățile de dividende ca niciodată înainte. Acest lucru înseamnă că oamenii cu venituri medii sau mici sunt forțați să plătească mai mult pentru ceva de care au nevoie pentru a putea supraviețui, iar acest lucru duce, în cele din urmă, la dividende mai mari pentru acționari. La 3 august 2022, secretarul general al ONU, António Guterres, a declarat: „Este imoral ca societățile de petrol și gaze să obțină profituri record din actuala criză energetică pe spinarea celor mai săraci, cu un cost climateric masiv.”³

¹ Indicele Janus Henderson Global Dividend Index, ediția 35

² Indicele Janus Henderson Global Dividend Index, ediția 35, p.15, p.20

³ Tweet António Guterres la 3 august 2022, 6:21 pm

A plăți mai multe dividende este o alegere, nu o lege naturală. Aceleași companii ar fi putut alege să își folosească profiturile record pentru a reduce costurile pentru consumatori, sau să îi ajute cu izolarea termică, sau să își mărească investițiile în crearea de surse de energie regenerabilă. În schimb, aceste profituri record au dus la plăți record către acționari, dintre care mulți fac deja parte din procentul de „1%” al celor mai bogați oameni.

Aceste situații și altele similare au ajutat din ce în ce mai mulți oameni să realizeze că există o problemă fundamentală în economia noastră, care își are originea în dominația acționarilor. António Guterres și mulți factori de decizie politică au pledat pentru o „taxă specială pe câștiguri excepționale” pentru companiile energetice. Acest lucru este de înțeles și poate fi necesar pentru a atenua nevoile cele mai urgente ale consumatorilor de energie (în special ale celor mai săraci). În același timp, aceasta nu rezolvă cauza de bază care a dus la această situație.

Cauza principală este presiunea care provine din partea acționarilor ca firmele să crească în mod continuu profiturile pentru a-și mări dividendele și valoarea acțiunilor pe piețele bursiere. În acest caz, aceasta s-a materializat prin a lua bani de la cei mai vulnerabili consumatori, deoarece aceștia nu dispun adesea de mijloacele necesare pentru o izolare termică modernă a locuințelor și locuiesc, în general, în case mai vechi.

Aceeași cerere de profituri și de dividende mai mari menține salariile la un nivel scăzut, ceea ce înseamnă că se folosesc timpul și munca oamenilor pentru o producție mare la costuri reduse.

Confederația Europeană a Sindicatelor (CES) a publicat la 26 august 2022 o declarație în care a comparat creșterea dividendelor în UE cu creșterea medie a salariilor în statele membre ale UE⁴. Concluzia a fost că dividendele au crescut de șapte ori mai repede decât salariile medii. În plus, CES a declarat: „Cifrele arată încă o dată cum profiturile excesive ale companiilor - nu salariile - conduc inflația, așa cum a declarat Banca Centrală Europeană”⁵. Aceasta demonstrează modul în care profitul acționarilor este văzut ca unicul scop al companiilor, în detrimentul tuturor celorlalte părți interesate și al societății în general.

Și alte părți interesate au de suferit în acest sistem, deoarece multe IMM-uri trebuie să se adapteze la cerințele impuse (direct și indirect) de marile companii și de multinaționale. Multe IMM-uri se confruntă cu facturi mai mari la energie și cu marje de profit în scădere, deoarece marjele de profit ale marilor companii cresc, cerând achiziții mai ieftine de la companiile mai mici.

În același timp, această presiune pentru profitul acționarilor duce la extracția resurselor naturale în detrimentul mediului și al climei. Realitatea este că o producție mai durabilă este mai costisitoare. Întrucât profiturile și dividendele mai mici nu par a fi niciodată o opțiune normală, alegerea este complet mutată pe seama consumatorilor, care trebuie să aleagă între portofel sau planetă. Aceiași

⁴ "Plățile acționarilor cresc de 7 ori mai repede decât salariile", ETUC, 26-08-2022

⁵ Discursul rostit de Isabel Schnabel, membru al Comitetului executiv al BCE, website BCE, 11 mai 2022.

consumatori sunt deja presați între salarii mai mici decât este necesar și costuri energetice mai mari decât este necesar. În același timp, întreaga dorință de a consuma mai mult este impulsionată de aceeași dorință de a obține mai mult profit. Mai multe vânzări înseamnă mai mult profit și, prin urmare, trebuie făcut totul pentru a produce și a vinde mai mult.

Întregul sistem economic impune individualismul și este construit în jurul noțiunii de individ autonom. Publicația Sallux, *O perspectivă relațională asupra schimbărilor climatice*, a subliniat și dezvoltat deja acest lucru și a afirmat: „individualismul generează consumism, deoarece se concentrează pe împlinirea fiecărei persoane într-un mod autonom, individualist”.⁶

Acest sistem îi împinge într-adevăr pe oameni spre individualism. Nu numai că oamenii sunt abordați în mod constant ca și consumatori individuali, dar atât familiile, cât și viața comunitară sunt supuse unei presiuni constante. Economia actuală face ca familiile să fie mai sărace în mod artificial și le presează să petreacă mai mult timp la locul de muncă decât ar fi necesar. Prin urmare, membrii familiei au mai puțin timp pentru a avea o contribuție în cadrul comunității.

Din toate punctele de vedere, observăm că actualul sistem economic are ca rezultat extragerea de resurse de la indivizi, comunități și planeta noastră.

⁶ *O perspectivă relațională asupra schimbărilor climatice*, Calum Samuelson, p.77

Sistemul nostru centrat pe acționari este o economie de extracție.

În cartea *O perspectivă relațională asupra schimbărilor climatice* se ajunge la următoarea concluzie: „ În plus, am văzut că un sistem economic care are ca scop principal generarea de profituri pe termen scurt pentru capital va fi în mod inevitabil dăunător pentru mediul natural și va contribui la schimbările climatice. Doctrina de maximizare a valorii acționarilor a fost concepută în perioada postbelică, când capitalul era rar și, prin urmare, părea să aibă sens din punct de vedere economic. Cu toate acestea, ne aflăm acum într-o epocă în care capitalul este abundent, iar resursele naturale sunt cele care sunt din ce în ce mai rare. În plus, un sistem centrat pe capital nu are bazele holistice pentru înflorirea mediului și a omului, așa cum s-a dovedit în ultimii ani. Trebuie să regândim ipotezele noastre cu privire la ceea ce este important într-o societate și să ne orientăm către un sistem economic conceput pentru a proteja și promova atât înflorirea mediului, cât și a omului.”⁷

Aceasta este într-adevăr ceea ce încearcă să clarifice această publicație. Cum putem transpune un scop în viață diferit, mai relațional, într-o economie care nu este axată pe extracție, ci pe creație? Cum trecem de la o economie axată pe acționari la o economie a părților interesate?

La baza acestei abordări stă înțelegerea ființei umane și a demnității umane într-o manieră relațională. Acesta reprezintă, în același timp,

⁷ *O perspectivă relațională asupra schimbărilor climatice*, Calum Samuelson, p.78

fundamentul unei democrații creștine revitalizate care are o viziune pentru societățile noastre în secolul XXI. Creștin-democrația nu poate continua să susțină ordinea economică existentă, care este fundamental îndreptată împotriva familiei, a comunității și a creației. Prin urmare, această publicație este, în egală măsură, un nou pas în dezvoltarea viziunii expuse în publicația Sallux: ‘A Relational Vision for Europe: Revitalising Christian Democracy Today’ [n.tr., *O viziune relațională pentru Europa: revitalizarea democrației creștine în zilele noastre*]⁸. Această publicație prezintă o viziune relațională pentru o societate înfloritoare⁹. Economia părților interesate este o modalitate concretă care se potrivește cu modul în care creștin-democrația a abordat întotdeauna societatea și economia. În timp ce guvernul poate corecta piața și susține societatea, acesta nu poate fi stăpân pe niciuna dintre cele două. În același timp, nu ne putem afla în situația în care piața „deține” societatea și guvernul. Pe măsură ce creștin-democrații au respins prima variantă, au sfârșit prin a o susține prea des pe cea de-a doua. Influența excesivă a multinaționalelor în acest moment, atât în politica internă, cât și în cea externă, este un semn foarte important că este nevoie urgentă de schimbare și reechilibrare. Politica externă este în prezent atât de orientată spre interesele companiilor mari și a multinaționalelor (și, prin urmare, ale

⁸ A Relational Vision for Europe: Revitalising Christian Democracy Today’, Matthew N. Williams

⁹ ‘A Relational Vision for Europe: Revitalising Christian Democracy Today’, Matthew N. Williams, Part A, p. 18ff

acționarilor acestora) încât crește fluxul de refugiați și migranți către Europa. Avem nevoie de o nouă înțelegere a economiei pentru a schimba prioritățile politice. Într-un fel, economia părților interesate face ca societatea să devină proprietara economiei, în locul unei mici clase de acționari. Având în vedere că economia are ca scop real susținerea vieții și a societății, o astfel de abordare are mai mult sens decât o economie care este în cele din urmă „deținută” de acționari. Statul are rolul de a sprijini și corecta economia, nu de a o controla sau a se lăsa controlat de aceasta.

După cum s-a arătat mai sus, această publicație este înțeleasă mai bine atunci când este citită împreună cu *O perspectivă relațională asupra schimbărilor climatice* și *A Relational Vision for Europe: Revitalising Christian Democracy Today* [n.tr., *O viziune relațională pentru Europa: revitalizarea democrației creștine în zilele noastre*]. Împreună, acestea oferă o viziune pentru politică, societate, economie și creație, pe care fundația Sallux dorește să o dezvolte în continuare.

Această carte și celelalte două publicații nu ar fi putut fi realizate fără colaborarea cu Centrul Jubilee. Sallux nu ar fi avut vocea sa relațională distinctă în Europa fără inspirația pe care a primit-o de la Centrul Jubilee de-a lungul tuturor acestor ani. Prin urmare, nu numai că mulțumim călduros Centrului Jubilee pentru cooperarea în vederea acestei publicații, dar și pentru tot ajutorul și sprijinul, răbdarea și încurajarea pe care echipa Centrului Jubilee ni le-a oferit. În acest sens, aceste trei publicații oferă un cadru și o continuare a tuturor publicațiilor noastre comune anterioare din ultimul

deceniu. Toate acestea reprezintă o agendă și o foaie de parcurs pentru o Europă mai relațională și creează o nouă mentalitate pentru factorii de decizie politică atunci când se confruntă cu provocările incredibile pe care le vedem cu toții în jurul nostru¹⁰.

Nu în ultimul rând, mulțumim Dr. Stephen Backhouse și Dr. Eve Poole pentru eforturile lor deosebite de a realiza această publicație și pentru munca asiduă în colaborare atât cu Centrul Jubilee, cât și cu Sallux. Sperăm că această publicație le va da speranța că există posibilitatea și siguranța că viziunea lor și a noastră asupra economiei se va răspândi mai departe.

Sperăm că această publicație va încuraja partidele și politicienii din cadrul Mișcării Politice Creștine Europene să se exprime în mod clar asupra problemelor economice și a nevoilor oamenilor pe care îi servesc. Sperăm ca această publicație să ofere inspirație pentru toți cei implicați în societate, economie și grija față de creație. Indiferent de provocările actuale, există căi de lucru pentru un viitor mai bun și mai frumos.

¹⁰ Numeroase subiecte concrete sunt abordate (printre altele) în *A Relational Agenda For Europe*, *Thoughtful Eating* și *Confederal Europe*. Cele trei publicații evidențiate în această prefață oferă un cadru în jurul acestor publicații anterioare, dar și clarifică și dezvoltă perspectiva relațională asupra democrației creștine, a climei și a viitorului economiei noastre. Toate aceste publicații sunt disponibile prin intermediul librăriei Sallux sau pot fi descărcate gratuit de pe site-ul Sallux.

I. Imaginați-vă ceva mai bun

Scopul acestui raport este de a ne ajuta să ne imaginăm o viață economică comună mai bună, una care să recompenseze toate părțile interesate în afaceri, în loc să privilegieze câțiva acționari. O astfel de evoluție poate avea și are beneficii pentru oameni, planetă și profit, dar acest lucru se va întâmpla doar atunci când vom trece de la o poveste alimentată de extracție la una modelată de creație. Autorii acestui raport lucrează în domeniul politic, economic și al managementului, dar au, de asemenea, pregătire în teologie. Ca atare, ei sunt pătrunși de poveștile profunde care au modelat viața noastră economică, politică și socială. Este necesară o analiză completă a ideilor religioase și teologice care stau la baza instituțiilor noastre (în bine și în rău) dacă vrem să ne imaginăm cu adevărat un mod mai bun de a ne conduce afacerile și de a ne forma politicile economice.

Părțile interesate sunt persoanele afectate de orice activitate comercială: consumatori, furnizori, creditori, utilizatori, clienți, personal, proprietari, chiar și generațiile viitoare și alte persoane afectate într-un fel sau altul de întreprindere. Acest termen se deosebește de cel de *acționari*, care se referă la investitorii (de obicei anonimi) care sunt preocupați doar de profitul unei întreprinderi (adesea pe termen scurt) în care dețin acțiuni.

Creația spune o poveste despre semănat, construit și meșteșugit. Spune povestea oamenilor și a locurilor care au fost lăsate mai bune decât atunci când au fost găsite. Ne amintește de grădinile

îngrijite, de familiile formate, de bogăția generată și de planeta prețuită.

Când vorbim despre „creație” în acest raport, ne referim la modul de gândire și de activitate care are în vedere regenerarea și conservarea: creatorii fac lucruri și le supraveghează după ce au fost făcute. Oamenii „creatori” fac copii, creează obiecte și formulează idei noi, dar, în mod esențial, ei creează și spațiile în care aceste entități noi se pot desfășura: câmpurile sunt semănate, râurile sunt îngrijite, orașele sunt planificate și instituțiile sunt fondate. Astfel, atunci când vorbim despre „creație” în aceste pagini, nu ne gândim doar la forme de viață și spații sociale, ci și la obiecte și bunuri materiale. Mentalitatea de creație aduce lucruri noi în existență, dar păstrează și condițiile ca să se poată crea noi lucruri în viitor. În acest fel, povestea creației este generoasă, generațională și pe termen lung.

Opusul mentalității de creație este cea de *extracție*. Poveștile de extracție pun accentul pe aspectul utilitar al naturii. Pământul este acolo pentru a fi exploatat, solul pentru a fi folosit, animalele și plantele pentru a fi crescute pentru un randament maxim. De asemenea, oamenii sunt în primul rând obiecte de utilizat. Activitățile cheie pentru mentalitatea extractivă sunt colectarea, utilizarea și exploatarea. Economii de extracție se concentrează pe obiective pe termen scurt, pe profituri rapide și pe maximizarea randamentelor ca scop final. Pământul, locul și oamenii care trăiesc acolo nu sunt ținta investițiilor pe termen lung, făcute cu răbdare, ci sunt, în schimb, surse care trebuie exploatare rapid și eficient. Persoanele

născute în societăți dominate de perspectiva extracției sunt învățate de timpuriu să se considere consumatori individuali.

Exploatare și colaps

Când vorbim despre oameni, sisteme și mediu, nu mai rămâne decât colapsul după ce toate resursele au fost exploatare lăsând un gol în urmă. Nu doar în mediul natural și fizic ne confruntăm cu colapsul. Structurile civice ale societății sunt fragile și se prăbușesc. Se micșorează și valorile, etica și imaginația cu care noi privim lumea. În locul unor sisteme de gândire robuste, capabile să vadă lumea interconectată în toată gloria ei complexă, imaginația noastră morală s-a încremenit într-o viziune hiperindividualizată, în care orizontul ultim al unei vieți cu sens se oprește la satisfacerea propriului interes.

Extracția înseamnă exploatare, care duce la acumulare. Astfel, o caracteristică centrală a economiei noastre de extracție este concentrarea unei bogății din ce în ce mai mari în mâinile a tot mai puțini oameni. Datele pentru SUA și Regatul Unit arată că distanța dintre cei mai bogați și cei mai săraci 10% a crescut cu 40% de la mijlocul anilor 1970, ceea ce corespunde unei creșteri paralele a unei serii de probleme sociale. Numai în Regatul Unit, Oxfam raportează că cele mai bogate cinci familii sunt mai bogate decât ultimele 20% din populație.¹¹ Acest lucru înseamnă că doar cinci

11 Dransfield, Sarah, "A tale of two Britains", *Oxfam Policy Paper* (17 martie 2014) la <http://policy-practice.oxfam.org.uk/publications/a-tale-of-two-britains-inequality-in-the-uk-314152>

gospodării au o avere mai mare decât 12,6 milioane de oameni la un loc, ceea ce reprezintă aproximativ același număr de persoane care trăiesc sub pragul sărăciei în Regatul Unit. Cercetările lui Thomas Piketty arată că acest decalaj tinde să se accelereze de la o generație la alta din cauza efectului de „halou” al bogăției moștenite, care, în timp, prin capacitatea superioară de a investi, crește exponențial ponderea celor bogați.¹²

Disparitate și disperare

Problema disparităților are consecințe grave pentru societate, mediu și economie. În prezent, este ceva obișnuit să fim inundați de rapoarte și articole care denunță iresponsabilitatea socială a mega-bogaților. „Americani ultra-bogați vor să vă facă să credeți că filantropia lor va schimba lumea. În schimb, ar trebui doar să își plătească taxele”, titrează un articol din *Business Insider*, care prezintă în detaliu beneficiile sociale ale unui sistem fiscal reformat și aplicabil.¹³ „Cei 1% din americanii de top au luat 50 de trilioane de dolari de la cei 90% de jos - și asta a făcut ca SUA să fie o țară mai puțin sigură”, afirmă un alt titlu dintr-un raport al economiștilor Nick Hauner și David Rolf din revista *Time*.¹⁴ Hauner și Rolf atribuie lipsa de reziliență a țării lor în fața crizelor economice imaginației națiunii și unui set de ipoteze și practici care au condus direct la

12 Acest raport adaptează și încorporează materiale apărute inițial în *Capitalism's Toxic Assumptions* (Bloomsbury: 2015) și *Buying God* (SCM: 2018) de Eve Poole. Cf. Thomas Piketty *Capital in the Twenty-First Century* (Harvard UP: 2014).

13 Paul Constant *Business Insider* (9 octombrie 2021).

14 Nick Hauner și David Rolf *Time* (14 septembrie 2020).

„inegalitatea extremă a veniturilor”¹⁵ cu rezultate dezastruoase. „Este vorba de 50 de trilioane de dolari care ar fi intrat în salariile americanilor care muncesc dacă inegalitatea s-ar fi menținut constantă - 50 de trilioane de dolari care ar fi construit o economie mult mai mare și mai prosperă - 50 de trilioane de dolari care ar fi permis marii majorității a americanilor să intre în această pandemie mult mai sănătoși, mai rezistenți și cu siguranță mai mare din punct de vedere financiar.” Fără îndoială, valul în creștere nu a ridicat toate bărcile. „Nici măcar nu le-a ridicat pe majoritatea dintre ele, deoarece aproape toate beneficiile creșterii economice din ultimii 45 de ani au fost capturate de cei aflați la vârf.”¹⁶ Nu doar în Statele Unite inegalitatea masivă are un efect dăunător. „Economia i-a păgubit pe mileniali: acum îi vrea și pe urmașii lor”, scrie Joel Golby în *The Guardian*, într-un articol care denunță scăderea ratei natalității în Marea Britanie din cauza creșterii costurilor de îngrijire a copiilor, coroborată cu perspectivele economice slabe.¹⁷ De asemenea, Golby leagă, pe bună dreptate, ezitarea generației sale de a întemeia o familie de disperarea tot mai mare față de iminentul colaps climatic. Cu toate acestea, și acest lucru poate fi pus pe seama unei disparități flagrante. „Cei mai bogați din lume sunt în centrul problemei climatice”, așa a relatat BBC despre concluziile Cambridge Sustainability Commission on Scaling Behaviour Change [n.tr., Comisiei de Sustenabilitate privitoare la Scalarea Schimbărilor Comportamentale] din Marea

15 Hauner și Rolf *Time* (2020).

16 Hauner și Rolf *Time* (2020).

17 Joel Golby *Guardian* (23 septembrie 2021).

Britanie.¹⁸ Studiul, publicat în 2021, constată că cei mai bogați 1% din lume produc de două ori mai multe emisii de carbon combinate decât cei mai săraci 50% (conform ONU). Numai cei mai bogați 5% - așa-numita „elită poluatoare” - au contribuit cu 37% la creșterea emisiilor între 1990 și 2015.¹⁹ Constatări similare provin de la cercetătorii de la Universitatea din Leeds, care au analizat inegalitatea energetică globală pentru clasele de venit din 86 de țări. Raportul lor pentru 2020 a fost publicat în revista *Nature Energy*. „Rezultatele noastre expun, în consecință, o mare inegalitate în ceea ce privește amprentele energetice internaționale: cota de consum a jumătății inferioare a populației reprezintă mai puțin de 20% din consumul de energie final, care, la rândul ei, este mai mică decât ceea ce consumă cei 5% din top.”²⁰ Jurnalistul specializat în energie și climă David Roberts rezumă bine raportul: „Persoanele bogate consumă mai multă energie și, în consecință, sunt responsabile pentru mai multe emisii de gaze cu efect de seră decât persoanele mai puțin bogate. Și, pe măsură ce inegalitatea veniturilor și a bogăției a crescut în ultimii 40 de ani în întreaga lume, cei bogați au consumat din ce în ce mai mult în raport cu numărul lor. Inegalitatea energetică a crescut în

18 Roger Harrabin *bbc.co.uk* (13 aprilie 2021).

19 Peter Newell, Freddie Daley & Michelle Twena, *Changing our ways? Behaviour change and the climate crisis* (The Cambridge Sustainability Commission on Scaling Behaviour Change: 2021).

20 Yannick Oswald, Anne Owen, Julia K. Steinberger "Large inequality in international and intranational energy footprints between income groups and across consumption categories" *Nature Energy* 5, 231-239 (2020).

paralel cu inegalitatea veniturilor.”²¹ Pentru mulți comentatori, legătura dintre economia acumulată și mediul înconjurător epuizat nu reprezintă o surpriză. „Distrugea planeta și ascunderea banilor nu este o perversiune a capitalismului. Este capitalism”, susține George Monbiot, într-un articol inspirat de activele offshore și de stilurile de viață din paradisurile fiscale expuse de scurgerile de informații din Pandora Papers, publicate în *The Guardian*.²² Monbiot numește în mod explicit „economia extractivă” ca fiind vehiculul prin care ultra-bogații continuă să exploateze resursele comune, în timp ce își ascund profiturile. Economia extractivă nu s-a încheiat odată cu epoca colonială, scrie el, „ci continuă prin intermediul comerțanților de mărfuri care lucrează cu cleptocrații și oligarhii, acaparând resursele națiunilor sărace fără plată, cu ajutorul unor instrumente inteligente”. Extracția persistă „prin utilizarea paradisurilor fiscale offshore și a regimurilor de secretizare de către elitele corupte, care drenează bogăția națiunii lor, apoi o canalizează în [paradisuri de fonduri], a căror adevărată proprietate este ascunsă de companii fantomă”. Toată această acumulare a bogăției are loc cu prețul colapsului personal, social și de mediu. „Dezastrele ecologice locale [se] coalizează într-unul global. Suntem recrutați ca și consumatori și consumați, arzând sistemele noastre de susținere a

21 David Roberts "Why rich people use so much more energy" *Vox* 20 martie 2020.

22 George Monbiot *Guardian* (6 octombrie 2021).

vieții în numele oligarhilor care își păstrează banii și moralitatea offshore.”²³

Acumularea și fragilitatea

Comentatorul olandez Johannes de Jong și germanul Timo Plutschinski scriu despre efectele negative pe care extracția le generează în Europa. Chiar dacă UE își revine după prăbușirea din 2008, scriu ei, „această revenire nu reprezintă o schimbare a modelului nostru economic”.²⁴ Escaladarea schimbărilor climatice, a migrației și a inegalității arată cât de fragil este sistemul nostru economic. „Orice criză îl poate răsturna, deoarece fundamentele de bază nu s-au schimbat.”²⁵ Clasa de mijloc, notează ei, este blocată între salariile care stagnează și costurile de trai în creștere, în timp ce, cei 1% dintre cei mai bogați își măresc substanțial averea de la un an la altul. Analistul Tim O'Reilly susține că în Europa, ca și în SUA, există, de fapt, „două economii și două seturi de reguli”²⁶. Cei care au avere ocolesc cu ușurință legile fiscale și continuă să trăiască din randamentele de pe piețele de capital și din sectorul imobiliar (care, la rândul lor, generează un flux constant de profituri suplimentare). Un flux constant de bani curge de la majoritate către minoritatea bogată, aducând aceleași probleme sociale și culturale care însoțesc experiența americană, precum și aceeași presiune

23 Monbiot *Guardian* (2021)

24 Johannes de Jong și Timo Plutschinski *A New Direction for Investments* (Sallux/ECPM Foundation: 2019).

25 de Jong și Plutschinski *New Direction* (2019).

26 Tim O'Reilly "Why Elon Musk is So Rich" www.oreilly.com (22 iunie 2021).

extremă asupra peisajului și mediului european. Planeta noastră, notează ei, „pur și simplu nu dispune de resursele necesare pentru o economie bazată pe ipoteza unei productivități în continuă creștere”.²⁷ De Jong și Plutschinski concluzionează: „Avem acum o economie care nu se bazează pe investiții în viitor, ci pe extracție pe termen scurt, atât în ceea ce privește economia în general, cât și planeta. Prin urmare, suntem convinși că această economie bazată pe extracție, de tip «creștere și scădere», este incompatibilă cu necesitatea de a lupta împotriva schimbărilor climatice și a excluziunii.” Paradigma economică predominantă este falimentară. „Prin urmare, este primordial să schimbăm această paradigmă și practica aferentă.”²⁸

Corul tot mai mare de voci care trag un semnal de alarmă nu strigă în zadar. Există probleme reale, cauzate de factori identificabili, care necesită un răspuns urgent. Din fericire, pentru fiecare critică adusă paradigmei actuale, există deja o soluție pozitivă. Ne vom referi acum la economia acționarilor și la capitalismul de extracție, înainte de a lua în considerare povestea mai bună a creației care este spusă de oamenii care își construiesc afacerile pentru a aduce beneficii tuturor părților interesate.

27 de Jong și Plutschinski *New Direction* (2019).

28 de Jong și Plutschinski *New Direction* (2019).

II. Economia de extracție

Există mai multe moduri de a realiza experimentul capitalist. Vom lua în considerare alternative mai jos, dar pentru moment ne vom concentra asupra expresiei dominante a capitalismului, setul de ipoteze și practici pe care îl numim economie de extracție.

Consumatori până în măduva oaselor?

Motorul economiei de extracție este consumul. Actul de a consuma resurse, materiale, terenuri, animale, oameni, bunuri și servicii este inextricabil din punctul de vedere al unei economii definite de extracție. Mai mult, actul de consum, atât de crucial pentru această mentalitate economică, devine internalizat și personificat. Într-o economie de extracție capitalistă, ființele umane nu se consideră a fi primordial producători, creatori, artizani sau cultivatori. Noi, cu toții, credem că suntem consumatori până în măduva oaselor.

Dar ce este consumismul, dincolo de simpla achiziție de bunuri și servicii? Consumismul este o postură în cadrul capitalismului de extracție care acționează ca un curent electric în interiorul acestuia. Consumismul alimentează capitalismul. Dacă capitalismul este hardware-ul, consumismul este software-ul care dă viață mașinăriei. Cu alte cuvinte, capitalismul este contextul, iar consumismul este rutina sa zilnică. Dar cum a apărut acest termen? Kenneth Himes urmărește în mod util etimologia sa și evoluția de la „client” la „consumator”. Deoarece cuvântul provine din

latină, însemnând „a devora, a risipi, a epuiza”, sensul său tradițional era în întregime negativ. Într-adevăr, a fost folosit pentru a descrie tuberculoza, eroinele din *La Boheme* și *La Traviata* murind amândouă din cauza tuberculozei. În secolul 18 însă, cuvântul a început să fie folosit fără acest caracter negativ de către economiștii politici, mai ales de către Adam Smith în lucrarea sa clasică din 1776, *Avuția națiunilor*. În această accepțiune, un *consumator* se deosebea de un *producător*, iar *consumul* a devenit omologul *producției*. Mai târziu, cuvântul a fost acceptat în mod obișnuit ca înlocuitor al cuvântului *client*, ca fiind cumpărătorul sau achizitorul de bunuri.²⁹ Mulți au considerat că această trecere de la limbajul de client, cu conotațiile sale relaționale, la limbajul de consumator este o personificare a naturii din ce în ce mai egoiste și distructive a capitalismului de extracție.³⁰

Consumul corporativ

Consumul este o muncă de Sisif: nu are sfârșit. Loialitatea neîndoielnică față de ideologia conform căreia consumul este principalul (sau singurul) mod de existență umană ne pune înaintea dezastrului lumii reale de fiecare dată. Efectele maligne ale economiei de extracție asupra societății, imaginației și mediului nostru au fost deja menționate, dar mai sunt și altele. Pe parcursul anilor 1990, dorința nelimitată de consum a fost atât alimentată cât și animată de disponibilitatea omniprezentă a

29 Kenneth Himes, "Consumerism and Christian Ethics" *Theological Studies* 68 (2007), pp. 132 și următoarele.

30 Dinamica relațională a economiei este discutată mai jos.

creditelor, până când a devenit evident că aceste credite nu erau garantate, iar în 2008 sistemul s-a prăbușit în mod faimos.³¹ Desigur, nu doar clienții individuali sunt de vină în acest caz. Băncile insuficient reglementate care se angajează în activități cu risc ridicat au precipitat prăbușirea. Indivizi, bănci și guverne: oriunde ne uităm, găsim o filozofie de bază a *consumului* nesfârșit.

Suntem încă în curs de a ieși din această gaură în care ne-a aruncat prăbușirea, iar ceea ce a contribuit cel mai mult la această problemă a fost creșterea bruscă a social media și a marketingului digital în anii care au urmat. Suntem acum copleșiți de mesaje de consum. Iar o mare parte din aceste informații sunt fie publicitate directă, fie date indirecte despre ceea ce consumă în prezent grupurile noastre de colegi și cei pe care i-am ales ca model de comportament. Acest lucru duce deja la o sănătate mintală dezastruoasă în cazul adolescenților, care sunt supuși zilnic la comparații neîncetate prin intermediul aplicațiilor de socializare de pe telefoanele lor smart. Dorința insașiabilă a consumatorilor a fost întâmpinată în economia noastră cu un răspuns din ce în ce mai sofisticat al mărcilor de consum. Deoarece inovația și satisfacția sunt incompatibile și infinite, consumismul produce în sistem fluxuri de venituri garantate pe termen lung, care sunt susceptibile de a crește exponențial în timp, ținând cont de logica și, prin urmare, de raritatea relativă atât a inovației, cât și a satisfacției.

31 Problema datoriilor este discutată mai jos.

Natură și dependență

Ca orice poziție ideologică, teoria conform căreia extracția și consumul sunt autoritățile supreme are o anumită bază în realitatea observată. Un studiu celebru asupra maimuțelor vervet oferă o explicație chimică legată de motivul pentru care acest obicei de consum poate deveni atât de înrădăcinat.³² Experimentele au constatat că masculii vervet de rang înalt aveau aproape de două ori mai multă serotonină în sânge decât cei de rang inferior în ierarhia socială. În cazul în care un mascul alfa era înlocuit de un adversar, nivelul de serotonină se prăbușea, până când reușea să își reafirme statutul în cadrul grupului. Același lucru se întâmplă și atunci când cineva cumpără cel mai nou „lucru” apărut pe piață. Atunci când grupul său social îi semnaleză aprobarea, primește o explozie de serotonină, iar aceasta îi creează dependență, deoarece dacă nu se menține „în top”, se va simți literalmente deprimat. Nu e de mirare că rețelele sociale au un efect atât de negativ asupra sănătății mintale. Facebook este ca un grup vast de maimuțe vervet, care îți oferă un feedback instantaneu și repetat despre statutul tău în grupul social. Această neliniște este acum supraîncărcată de notificările de pe telefoane. Dacă nu obții afirmare ai aceeași soartă ca maimuțele și începi să te simți neliniștit în legătură cu statutul tău. Odată cu omniprezența telefoanelor smart și a rețelelor sociale, au ieșit la iveală noi date despre efectele acestei activități sociale asupra sănătății mintale, în special în cazul

32 M.T. McGuire și M.J. Raleigh "Serotonin-behavior interactions in vervet monkeys" *Psychopharmacol Bulletin* 21(3), (1985) pp. 458-63.

tinerilor.³³ Multe școli interzic acum utilizarea telefoanelor smart. În Franța, în septembrie 2018 a intrat în vigoare o interdicție totală a utilizării telefoanelor mobile de către elevi, atât în școlile primare, cât și în cele secundare. Prudența lor a fost premonitoare, în lumina dezvăluirilor făcute de denunțatorul Frances Haugen în 2021 cu privire la răul la care Facebook (și compania sa soră Instagram) îi expune cu bună știință pe utilizatorii săi care sunt copii.³⁴

Bucle de feedback

Rețelele sociale (transmise aproape exclusiv prin intermediul telefoanelor inteligente) reprezintă acum principala sursă de mesaje pentru consumatori. Mai mult, acest mod poate suprastimula dorința din cauza efectului pe care tehnologia îl are asupra dopaminei. Ceea ce realizează tehnologia prin „like-uri” este o escaladare a volumului de „evenimente de comparație”, astfel încât acum suntem mai conștienți de modul în care ne comparăm cu ceilalți din grupurile sociale pe care ni le selectăm. Dacă avem alertele activate, de fiecare dată când cineva din grupul nostru social interacționează, suntem informați. Dacă ceva ce facem atrage un feedback pozitiv (vizualizări, aprecieri și comentarii), ne simțim bine și dorim să repetăm experiența pentru a ne simți din nou bine în viitor. Această buclă de feedback pozitiv, alimentată de dopamină, este atât de problematică, deoarece, deși dopamina este

33 Jean M Twenge "Have Smartphones Destroyed a Generation?".

The Atlantic (septembrie, 2017).

34 Subiectul a fost prezentat pe larg. De exemplu, a se vedea

"Facebook whistleblower warns UK and EU to do more to control online harm" *Financial Times* (9 noiembrie 2021).

implicată în „plăcere”, funcția sa este de a stimula „dorințele”, de a ne motiva să continuăm să căutăm lucruri pozitive în viitor.³⁵ Așadar, tendința noastră psihologică naturală de a căuta satisfacție prin consum vizibil, menit să atragă o întărire socială pozitivă, este de fapt încurajată de chimia corpului nostru. Acest lucru înseamnă că rețelele socială reprezintă pentru consumism ceea ce consumismul este pentru capitalism, iar această trinitate profană ne leagă într-un vârtej de dorințe care, în mod tragic, este destinat să nu reușească să ne satisfacă.

Regândirea consumului

Pentru a spune o poveste mai bună decât extracția este nevoie de o regândire a consumului. Dar dacă chimia, psihologia și antropologia par să susțină inevitabilitatea consumului, este realist să luptăm împotriva acestei realități înrădăcinate a vieții sociale? Există un iz de fatalism în ceea ce privește consumismul din cauza modului în care este analizat și descris de către cercetătorii din domeniul social. Modelele economice pe care aceștia le folosesc presupun că rezultatele sunt în general previzibile, pe baza performanțelor anterioare. Dar astfel de modele ar trebui întotdeauna tratate cu suspiciune atunci când implică oameni și nu mașini. În teoria economică, este vorba de confuzia clasică între ceea ce se numește economie „pozitivă” și economie „normativă”.

Economia pozitivă este în mare parte descriptivă („8 din 10 pisici preferă Whiskas”), în timp ce

35 K.C. Berridge și T.E. Robinson "What is the role of dopamine in reward: hedonic impact, reward learning, or incentive salience?". *Brain Research Reviews* 28, (1998) pp. 309-369.

economia normativă este prescriptivă („toate pisicile ar trebui să prefere Whiskas sau chiar vor prefera Whiskas”). A devenit normal să se confunde cele două, presupunând că ceea ce *este* ar trebui să *fie*. Mulți comentatori se tem că acest obicei - pe lângă faptul că este greșit - duce la corозиune morală, deoarece tinde să se rotunjească la cel mai mic numitor comun. Dacă „cercetările” arată că majoritatea oamenilor mint, nu rezultă atunci că minciuna este „normală” și, prin urmare, nu mai este „greșită”?

Acest tip de gândire deterministă persistentă, în special într-un context de grup, devine în mod natural sugestivă. Lucrul acesta se datorează faptului că normalizează comportamentele în măsura în care aparent nu mai este necesară o nouă deliberare, iar expresia „toată lumea o face” devine o justificare universală. În afară de problema evidentă a necunoașterii viitorului, ideea că viitorul, și activitatea umană din cadrul acestuia, poate fi prezis cu încredere prin intermediul trecutului este un sfat al disperării și neagă liberul arbitru.

Instinctele greșite

Chimia creierului și obiceiurile sociale înrădăcinate descriu motivul și modalitatea de realizare a anumitor tipare de comportament și ne explică, în mare măsură, mecanismele interne ale diferitelor întreprinderi capitaliste. Cu toate acestea, ceea ce nu pot face aceste explicații este să ne spună dacă aceste instincte (deși sunt naturale) sunt *bune* și nu ne pot spune ce căi ar trebui să urmăm în viitor.

Există multe comportamente ale oamenilor care vin în mod natural, dar pe care noi, ca civilizație, am decis să le limităm, să le restrângem sau să le redirecționăm de dragul bunăstării comune. Este timpul să facem același lucru cu consumul. Prin urmare, afirmăm aici cu tărie că fenomenul consumului este susceptibil de schimbare, deoarece oamenii își pot schimba comportamentul, iar consumul este un fenomen uman.

Datoria și monetizarea vieții

Am descris consumismul ca fiind motorul economiei de extracție. Nu este greu să observăm roadele acestei ideologii a consumului necontrolat și fără un scop anume. Lumea este plină de resturi ofilite de oameni, animale, locuri și lucruri văzute primordial ca resurse pentru a ne satisface dorințele de consum. Consumul fără frâne duce la colaps. Dar, înainte de aceasta, el contribuie la un fundament al practicii economice moderne, adesea trecut cu vederea: *datoria* reîncadrată ca un scop monetar în sine, nu ca un mijloc pentru un scop bun, o reîncadrare cunoscută sub numele de *financiarizare*.

Economistul Dirk Bezemer folosește Olanda, țara sa natală, ca un exemplu microcosmic al unei tendințe mai largi, aplicabilă tuturor economiilor capitaliste occidentale.³⁶ Economia Țărilor de Jos are unul dintre cele mai ridicate niveluri de îndatorare privată din lume, un motiv important fiind sistemul de credite ipotecare relativ facil pentru cumpărarea

36 Dirk Bezemer și Lans Bovenberg *În esență, economia este despre viață* (Sallux: 2018).

de locuințe. Țara are, de asemenea, un sector financiar vechi de secole, în care se produc și se tranzacționează datoriile. Crizele recente ale datoriilor au „lovit puternic națiunea”. În examinarea rolului pe care datoria îl joacă în cultura țării sale, Bezemer pornește de la premisa că „toate mijloacele financiare sunt forme de datorie și că datoria este precipitantul sau reziduul unei relații”.³⁷ El susține că datoria este cea mai importantă inovație în dezvoltarea noastră economică, apărută ca urmare a practicii de universalizare a interacțiunilor care odinioară erau intrinsec personale.

Din punct de vedere istoric, formalizarea datoriei prin intermediul simbolurilor (recunoașteri ale datoriei numite „obligațiuni”) face posibilă transmiterea acestor simboluri (fie că sunt pe tăblițe de lut, bastoane, hârtie sau metal) în afara relației creditor/debitor în care au luat naștere. Simbolurile legăturii între persoane ar putea începe să circule ca mijloc de plată în sine. Astfel a apărut invenția banilor. „Și odată cu banii”, notează Bezemer, „apare și originea datoriei în sens financiar”. Banii permit ca tranzacțiile cu datorii să ocolească contextul relațional personal în cadrul căruia, inițial, datoria exista. „Datoria financiară este un instrument care face posibilă activitatea economică”.³⁸

37 Bezemer și Bovenberg *Essence*, p.9.

38 Bezemer și Bovenberg *Essence*, p.10.

Scopul (sau scopurile) datoriei

Toți cei care participă la economia monetară sunt dependenți de acest instrument de datorie. Într-o economie monetară, datoria nu este opțională. Cu toate acestea, în timp ce practica pare aceeași, scopurile sau utilizările pentru care este angajată datoria pot fi foarte diferite. Datoria poate fi productivă. Deoarece cantitatea totală de bani este determinată de dorința a două părți de a intra în noi relații de îndatorare (folosind simbolurile monetare ale acestor relații ca mijloc de plată), nu este întotdeauna vorba despre faptul că o parte economisește bani pentru a-i putea împrumuta altei părți (aceasta este redistribuire, ceea ce presupune să rămână aceeași cantitate totală de bani). Mai degrabă decât redistribuirea unei cantități statice de bani, pentru o creștere a cantității totale de bani este necesar să se creeze noi obligațiuni. În prezent, emiterea de noi obligațiuni are loc prin intermediul băncilor. Cel care împrumută bani de la o bancă nu trebuie să aștepte mai întâi până când altcineva din altă parte a strâns suficienți bani pentru a-i împrumuta. Banca pur și simplu mărește cifra din soldul băncii. Aceasta face bani și, prin urmare, se numește instituție creatoare de bani sau instituție monetară. După Bezemer, dacă băncile nu ar crea bani în acest mod, „cantitatea de bani nu ar crește, iar economia (strict vorbind) nu ar crește, deoarece creșterea economică este o creștere a numărului de tranzacții”.³⁹ Acești bani nou creați plătesc noi activități, noi producții, mai multe bunuri și mai multe servicii.

³⁹ Bezemer și Bovenberg *Essence*, p.10.

Până acum, totul a fost foarte productiv. Dar același fenomen – „datoria” - poate fi folosit în alte scopuri și din motivații contrare. Datoria este foarte diferită atunci când este utilizată în mod esențial pentru consum în loc de producție. Luând ca exemplu figurile contrastante ale antreprenorului și ale gospodarului, rețineți că un antreprenor care se împrumută pentru a investi în noua sa întreprindere poate obține apoi profituri din care își poate plăti datoria. Pe de altă parte, un gospodar care se împrumută pentru a cumpăra bunuri de consum nu creează astfel niciun venit pentru el însuși. Amândoi s-au îndatorat, dar nu sunt pe picior de egalitate. Pe scurt, există datorii bune și datorii rele. „O creștere a datoriilor, fără o creștere a veniturilor din care să se achite datoria, este periculoasă.”⁴⁰

Semnificația datoriei

Orice mențiune despre „bun” sau „rău”, „util” sau „periculos”, înseamnă că ne îndreptăm spre domeniul eticii. Valorile reprezintă cadrul prin care orice acțiune sau decizie este considerată evitabilă sau dezirabilă. Însă aici este problema, deoarece ceea ce numim „binele” implică o decizie morală cu privire la sensul și scopul ultim al existenței, decizie care este foarte contestată. Atunci când vine vorba de instrumentul de datorie reprezentat de bani, este demn de remarcat faptul că vocea cea mai dominantă în conversația despre sensul și scopul său este atât de puternică, încât cei mai mulți dintre noi nu o aud deloc. În loc să o vedem ca pe una dintre

40 Bezemer și Bovenberg *Essence*, p.13.

multele narațiuni contestate, tindem să presupunem că este zgomotul de fond neutru sau eșafodajul invizibil al conversațiilor noastre financiare. Discursul nostru economic modern este atât de obișnuit cu această voce încât, atunci când vorbim despre scopul banilor, deseori nu reușim să recunoaștem cât de mult ne-a fost captivată imaginația de ceea ce spun banii despre ei înșiși.

Din nou, ne putem referi la exemplul Olandei. Datoria companiilor și a gospodăriilor olandeze este în prezent de peste două ori mai mare decât PIB-ul și a crescut de peste două ori în ultimul sfert de secol. Dintr-o perspectivă internațională, Olanda se află în primele trei țări cu cele mai ridicate niveluri de îndatorare. Dar Olanda nu este singura. Aceasta este o tendință mondială. Omenirea a fost „financiarizată”. Pentru Bezemer, *financiarizarea* înseamnă „pătrunderea tot mai avansată a unui motiv financiar în societate”.⁴¹ Cu alte cuvinte, financiarizarea este ceea ce se întâmplă atunci când alegerile care nu sunt prin natura lor financiare încep să fie făcute în funcție de considerente financiare. Ca exemplu, să luăm în considerare asociația de locuințe fondată inițial pentru a construi locuințe de calitate, dar al cărei consiliu de administrație își petrece cea mai mare parte a timpului și energiei investind în acțiuni. Sau gândiți-vă la tânărul a cărui decizie de a studia o anumită materie la universitate nu este determinată de aptitudinile, talentele sau pasiunile sale, ci de așteptările de venit după absolvire, venit care va fi folosit pentru a-și plăti creditul de studii. Oamenii cumpără case și mașini nu în funcție de calitatea

41 Bezemer și Bovenberg *Essence*, p.15.

obiectelor sau de faptul că acestea corespund nevoilor lor de viață, ci în funcție de cât de mult este dispusă banca să împrumute pentru a cumpăra aceste obiecte. Companiile care altfel ar putea exista pentru a face o muncă și o producție semnificative sunt conduse de manageri preocupați exclusiv de profituri și de prețul acțiunilor. „Într-o economie bazată pe bani, datoriile sunt peste tot, dar aceasta nu înseamnă că datoriile și banii ar trebui să fie lăsate să determine totul.”⁴² Recunoașterea și rezistența față de financiarizare este unul dintre instrumentele necesare în meseria noului „narator”. O parte a povestirii unei narațiuni mai bune despre economie constă în a ne reaminti că economia înseamnă mai mult decât bani.

Mai mult decât bani

Înțelegerea poveștii banilor ca datorie și a datoriei ca o funcție a relației ne ajută să recunoaștem clar ceea ce majoritatea oamenilor consideră de la sine înțeles. Datoria există în contextul relațiilor, deoarece datoria este întotdeauna o îndatorare a unei părți față de alta (indiferent dacă se cunosc sau nu). După cum observă Bezemer, datoria are astfel un caracter bilateral, „iar banii, întrucât sunt o formă de datorie, au și ei acest caracter”.⁴³ Această perspectivă relațională ne ajută să analizăm mai bine rolul datoriei în economie și ce se întâmplă atunci când o economie bazată pe datorie degenerază într-o economie financiarizată. La fel ca relațiile, datoria are potențialul de a fi atât

⁴² Bezemer și Bovenberg *Essence*, p.15.

⁴³ Bezemer și Bovenberg *Essence*, p.16.

constructivă, cât și distructivă. Dacă scopul relației de îndatorare este justificat pur și simplu ca fiind achiziționarea de mai mulți bani (care este ea însăși o relație de îndatorare), aceasta se prăbușește sub propria greutate autoreferențială și nu poate crea nimic altceva decât ceea ce deja creează. Totuși, în mod alternativ, relația de îndatorare *ar putea* să construiască și bunuri și servicii care generează venituri, venituri care pot fi apoi folosite în parte pentru datorie și în parte pentru alte bunuri și servicii. Un împrumut acordat unui antreprenor pentru producția de panouri solare va avea consecințe foarte diferite față de un împrumut acordat unui consumator pentru a-și achita cardurile de credit.

Moralitatea banilor

Este important de reținut că datoria și banii nu sunt „neutre” din punct de vedere moral. Nu sunt doar instrumente pasive pe care le putem controla și utiliza fără consecințe. Într-o economie monetară, banii sunt nelimitați. În același mod în care „consumul” este nelimitat, banii, dacă li se permite să definească binele fiind ei înșiși etalonul, sunt insașiabili. Spre deosebire de cărămizi sau cartofi, să zicem, există întotdeauna o cerere de bani și, în sens mai larg, de datorii. „Aceasta este o predicție foarte concretă”, scrie Bezemer. „Să presupunem, de exemplu, că am încerca să găsim zece persoane care cred în mod serios că acum au destui bani și care ar refuza cu adevărat să îi ia dacă le-am oferi bani. Probabil că am eșua. În schimb, este foarte probabil să găsim zece persoane care ar refuza un

kilogram de cartofi.”⁴⁴ Aceeași inșatiabilitate se aplică și în cazul datoriilor. Oamenii se vor împrumuta cu insistență din ce în ce mai mult (și foarte curând prea mult) dacă vor avea ocazia, adică dacă nu există nicio reglementare care să limiteze acest lucru.

Dominația financiarizării din ultimele trei sau patru decenii s-a datorat schimbării cadrului de valori, de la o perspectivă care are în vedere alte bunuri în afară de bani la o viziune asupra lumii care se luptă să valorizeze efectiv orice altceva în afară de ceea ce poate fi articular în funcție de bani. În termeni practici, după cum am văzut mai sus, nereglementarea piețelor financiare a dat frâu liber inovației financiare, prin intermediul căreia noi produse financiare (în realitate doar noi forme de datorie) au putut să inunde noi domenii ale economiei și societății. Bezemer enumeră alte câteva exemple: diversele polițe de asigurare, gospodăriile care investesc pe piața bursieră, împrumuturile pentru a studia sau a consuma, datoriile ipotecare de patru sau cinci ori mai mari decât veniturile proprii și creșterea bruscă a utilizării produselor financiare indirecte (produse derivate) atât în sectorul public, cât și în cel privat, sunt toate rezultate tangibile ale narațiunii financiarizării.⁴⁵

După cum subliniază Bezemer, dacă banii ar fi un instrument neutru, acest lucru nu ar avea niciun efect asupra opiniilor noastre cu privire la ceea ce înseamnă o viață bună. Dar, odată cu

44 Bezemer și Bovenberg *Essence*, p.19.

45 Bezemer și Bovenberg *Essence*, p.20.

financiarizarea, „toată lumea poate simți că măsurile bazate pe bani tind să devină un scop în sine și încep să fie văzute ca scop final”.⁴⁶ Trebuie să ne spunem nouă înșine povești mai bune despre noi înșine pentru a păstra potențialul bun al datoriei. Valoarea datoriei într-o economie și modul în care este utilizată datoria nu este doar o chestiune de cerere și ofertă, de dobânzi și garanții, ci și de valori. Prin urmare, putem emite judecăți de valoare cu privire la datorie; într-adevăr, este imposibil să nu vorbim despre datorie fără să emitem judecăți de valoare, fie că știm sau nu acest lucru. În toți banii, datoriile și practicile economice, valorile nu sunt doar o opțiune; ele sunt inerente.

Discuția despre bunuri, scop și semnificație finală ne conduce inexorabil la o discuție mai profundă despre reorientarea scenariului economiei. Fenomenul banilor ca instrument de îndatorare, al datoriilor ca formă de consum și al financiarizării tuturor valorilor este inextricabil din discuția mai amplă despre cadrul capitalist în care se elaborează aceste valori. Acest cadru este definit de o serie de ipoteze toxice, în special de instrumentul de rupere a relațiilor și a responsabilităților, care constă în maximizarea valorii acționarilor.

Defecte de proiectare

Teoriile psihologice moderne, precum Ierarhia nevoilor, a lui Maslow, oferă o versiune academică a ceea ce o diversitate de tradiții de înțelepciune au știut dintotdeauna: că suntem cu toții într-o călătorie spirituală. Capitalismul știe și el acest lucru, iar

⁴⁶ Bezemer și Bovenberg *Essence*, p.21.

consumismul modern este la fel de obsedat de sens și scop ca și noi. Și acesta este motivul pentru care putem să ne imaginăm ipotezele și practicile. În timp ce economia de extracție a prioritizat valoarea acționarilor, împrumutând o neobosită căutare a profitului și o creștere care este parazitară, versiunile mai luminate ale capitalismului și ale organizațiilor sale știu că acest lucru este sortit eșecului. Nu există clienți pe o planetă moartă. Doar acele organizații care găsesc o cale de mijloc între planetă și profit vor supraviețui în cele din urmă și, deși este un proces lent, roata încă se învâрте. Diferitele structuri de proprietate, schimbările în materie de guvernare și de responsabilitate, agenda de sustenabilitate și conștientizarea tot mai mare a externalităților și a riscului global își joacă rolul, iar consumatorii contribuie la împingerea acestei roți prin faptul că cer din ce în ce mai mult încetățenirea mărcilor pe care le susțin. Vom examina mai jos aceste practici capitaliste alternative la economia de extracție, dar mai întâi trebuie să deslușim forma de capitalism pe care consumul o susține.

Acceptarea actuală a mentalității consumiste ne asigură un capitalism de extracție pentru viitor. Aceasta este logica care menține sistemul în funcțiune, generând o cerere continuă care are nevoie mereu de o ofertă nouă. Atâta timp cât există organizații care au investit în satisfacerea acestei cereri, acestea vor fi stimulate să facă tot posibilul pentru a promova această interdependență. Cu toate acestea, capitalismul de extracție pe care consumul l-a construit are câteva defecte grave de proiectare.

Principalele caracteristici ale capitalismului

Principalele caracteristici ale capitalismului pe care îl avem în vedere pot fi prezentate succint: În primul rând, întregul sistem presupune **concurență**, pe motiv că aceasta îi face pe oameni să se străduiască mai mult. Acest lucru îmbunătățește calitatea pieței în timp, pe măsură ce organizațiile concurează între ele pentru cota de piață, iar oamenii concurează pentru locuri de muncă. Companiile de tehnologie rămân în joc prin proiectarea unor produse mai bune decât cele ale rivalilor lor. Supermarketurile anunță scăderi de prețuri. Iar directorii ambițioși își fac un MBA pentru a avea un avantaj pe piața muncii. Aceasta este concurența la lucru care îmbunătățește piața. Această avalanșă de activități competitive este coordonată la vârf de așa-numita „**mână invizibilă**”. Aceasta funcționează imperceptibil, reunind miliarde de clienți și producători din întreaga lume, adaptând oferta la cerere, astfel încât totul să funcționeze bine în general. Ceea ce ar trebui să fie un dezastru haotic se transformă cumva în clienți mulțumiți și profituri în creștere, în beneficiul întregii societăți. Și cea mai importantă idee este că tot ce trebuie să facem pentru ca acest proces să continue să funcționeze este să fim egoiști. După cum spunea Adam Smith: „Nu de la bunăvoința măcelarului, a berarului sau a brutarului așteptăm să ne luăm masa, ci de la grija pe care o au față de propriul lor interes”.⁴⁷ **Maximizarea propriei noastre utilități** în orice tranzacție pe care o facem lasă mâna invizibilă liberă să își facă treaba. În timp ce noi avem grijă de noi înșine, ea rezolvă

⁴⁷Adam Smith *Avuția națiunilor* Cartea I, capitolul 2.

totul pentru noi în întregul sistem. Modul în care mâna invizibilă face acest lucru este prin intermediul **prețurilor de piață**. Prețul unui lucru acționează ca un semnal pentru a ajuta la întâlnirea oamenilor care doresc să cumpere lucruri cu cei care doresc să le vândă. Prețurile mici atrag mai mulți clienți, în timp ce prețurile mari restrâng cererea la un cerc mai mic. Astfel, produsele de zi cu zi, cum ar fi pasta de dinți, sunt ieftine și ușor de procurat, în timp ce produsele rare, cum ar fi vechii maeștri ai artelor sau șampania de epocă, au un preț ridicat. Modificările de preț influențează comportamentul de cumpărare, făcând articolele mai mult sau mai puțin atractive. În funcție de permisiunea guvernelor, piețele folosesc schimbarea prețurilor pentru a regla cererea și oferta.

În cadrul sistemului, oamenii constituie organizații pentru a genera bogăție prin producerea de bunuri și servicii. Majoritatea formează companii, deținute de acționari care au furnizat banii pentru a le înființa. Acești proprietari angajează oameni ca agenți ai lor, care să lucreze pentru ei. Dar, deoarece piața funcționează cel mai bine atunci când fiecare dintre noi își urmărește propriile scopuri, există pericolul ca interesele proprietarilor și ale angajaților lor să fie divergente, deoarece fiecare dintre ei caută să își maximizeze propria utilitate. Acest conflict de interese se numește **teoria agenției** și, în esență, înseamnă că o mare parte din politica de resurse umane constă în stimularea angajaților pentru a lucra în interesul proprietarilor. Cele mai multe dintre aceste companii sunt înființate folosind conceptul juridic de „**răspundere limitată**”. Acest lucru înseamnă că, în cazul în care compania se

desființează, proprietarii pierd doar banii pe care i-au investit inițial în ea. Acest lucru îi protejează pe proprietari de orice dezavantaj, ceea ce încurajează oamenii să investească. Acest flux de capital nou este sângele vital al pieței și este esențial pentru a menține angrenajul pieței în continuă mișcare. Deoarece interesele acționarilor sunt atât de importante, strategia corporativă din zilele noastre se referă la modul cel mai bun de a **maximiza valoarea acțiunilor**. Acest lucru înseamnă menținerea unui preț ridicat al acțiunilor. Organizațiile folosesc acest barometru pentru a stabili obiectivele pentru personal. Multe dintre ele acordă acțiuni personalului de conducere pentru a se asigura că prețul acțiunilor companiei este întotdeauna important pentru ei.

Ipotezele toxice ale capitalismului

Până acum, totul este bine. Dar dacă ne focalizăm atenția asupra oricăreia dintre aceste baze solide, ele încep să se estompeze și să se clatine. Pentru ca sistemul să se simtă în siguranță, regulile pieței tind să fie poziționate ca legi fundamentale ale naturii, care nu se schimbă în timp. Dar nici măcar adevărul științific nu este atât de fix. În știință, ipotezele temporare au fost întotdeauna considerate ca fiind drumurile necesare pentru a progresa. O ipoteză generează o teorie care este susținută până când apar dovezi care să o infirme. Nu și în cazul economiștilor. Economia a devenit o victimă a încercării sale de a părea credibilă. Este atât de blocată în trecut, încât acum se luptă să țină pasul cu faptele așa cum le vedem astăzi. Capitalismul de extracție depinde de aceste șapte mari idei. În ciuda

faptului că au servit bine capitalismului și acționarilor săi de-a lungul anilor, aceste idei s-au dovedit a fi canceroase. Ele au funcționat mult timp, dar acum putem vedea că ne șiucid.

În primul rând, concurența, elementul cheia al întregului sistem. Specialiștii în teoria jocurilor și matematicienii ar susține cooperarea ca strategie principală, deoarece aceasta produce rezultate mai bune, mai degrabă decât concurența ca strategie implicită. În timp ce în război, este necesar să câștigi cu orice preț pentru a supraviețui, în afaceri, companiile doresc relații pe termen lung cu clienții și furnizorii. Cei care tratează tranzacțiile ca pe niște bătălii care trebuie câștigate sau pierdute, mai devreme sau mai târziu nu prosperă, deoarece mărcile lor își strică imaginea și piața îi elimină. Pe de altă parte, cooperarea și schimbul de informații reduc duplicarea inutilă și măresc dimensiunea „plăcintei economice”, în loc să limiteze dezbaterea la discuții despre cum să o împărțim cel mai bine. Iar concurența nu este doar discutabilă din punct de vedere matematic, ci și sexistă. În timp ce fiziologia masculină de luptă sau de fugă favorizează competiția, în special în medii dificile, aceasta ignoră rolul pe care îl are fiziologia feminină. Cercetările efectuate pe subiecți de sex feminin sugerează un răspuns fiziologic destul de diferit, unul care a fost denumit „îngrijește și împrietenește” (a se vedea Taylor *et al*, 2000)⁴⁸. Așadar, dependența de competiție ar putea, de fapt, să agraveze o tendință spre rezultate suboptimale,

⁴⁸ Taylor, S.E., Klein, L.C., Lewis, B.P., Gruenewald, T.L., Gurung, R.A. și Updegraff, J.A., 2000. Biobehavioral responses to stress in females: tend-and-befriend, nu fight-or-flight. *Psychological review*, 107(3), p.411.

consolidată prin normele unui mediu de afaceri tradițional masculin.

În al doilea rând, mâna invizibilă este doar un mit optimist. Oferă o justificare liniștitoare, dar inexactă, pentru comportamentul interesat. Deși ordinea se naște frecvent din haos, nu există dovezi care să sugereze că aceasta tinde întotdeauna spre bine și, cu siguranță, niciuna suficientă pentru a justifica încrederea societății în ea. Stolurile de păsări și bancurile de pești pot apărea organic în natură, dar stolurile zboară și intră în motoare cu reacție, iar bancurile înoată și ajung în gura rechinilor. Mulțimea este uneori înțeleaptă, dar nu invariabil. De fapt, lăsarea lucrurilor în seama mâinii invizibile distorsionează piața în favoarea celor mai tari și mai puternici, deoarece banii lor înseamnă că au mai multe „voturi” pe care să le exercite pe piață. Acest lucru maximizează utilitatea lor, dar nu și pe cea a societății sau a lumii în general.

În al treilea rând, ideea că „utilitatea” este cel mai bun mod de a măsura eficiența și moralitatea pieței funcționează doar dacă mâna invizibilă există cu adevărat. Acest lucru se datorează faptului că acest concept este unul gol - utilitate în ce scop? Și ce se întâmplă dacă utilitatea ta îmi este dăunătoare? Dacă nu este nicio garanție că există comportamente egoiste individuale care produc un rezultat general bun, un sistem bazat pe această gândire nu poate fi moral, fără ajutor. Iar tipul de ajutor de care are nevoie acest lucru - intervenția guvernamentală și reducerea libertăților - este exact ceea ce economiștii încearcă să evite, deoarece interferează cu buna funcționare a pieței și devine rapid politic.

Chiar dacă această idee ar fi una sănătoasă, ideea că Omul economic este un agent rațional este extrem de optimistă. Cu toții suntem supuși unor impulsuri iraționale, fie prin presiunea colegilor, fie prin emoții, fie prin constituția noastră psihologică. Presupunerea că suntem cu toții roboți duce doar la confuzie cu privire la modul în care funcționează de fapt piața și la cea mai bună modalitate de a o gestiona.

În al patrulea rând, premisa că mecanismul prețurilor, lăsat să se descurce singur, va ajunge la un echilibru științific, este un nonsens. Aceasta ignoră interacțiunea dintre cerere și ofertă și cererea și potențialul de manipulare a acestora. Vedem manipularea de către cartelurile care controlează oferta de bunuri precum petrolul sau diamantele; iar părinții se tem în special de manipularea de dinaintea Crăciunului a copiilor care sunt conduși la o frenezie pentru ultima piesă de plastic comercializată pe care „trebuie s-o aibă”. Pe lângă faptul că elimină dezbaterile istorice despre prețurile „corecte” și profitul rezonabil, stabilirea prețurilor de piață ignoră întrebările istorice despre costuri. Acest lucru ascunde o dezbatere foarte importantă despre costurile ascunse sau „externalități”, cum ar fi costul social al consumului de alcool sau al fumatului, sau costul poluării. Într-o epocă în care limitările planetei încep să se facă simțite, este vital ca această dezbatere despre integrarea pieței să nu fie ignorată. Codul a dispărut din Newfoundland în 1992, iar planeta rămâne fără alte produse de bază în permanență.

În al cincilea rând, teoria agenției. Ideea inițială a lui Adam Smith privind interesele diferite ale

proprietarilor și managerilor a avut consecințe catastrofale. A folosit psihologia negativă pentru a genera politici de resurse umane care presupun recalitranta angajaților, limitând capacitatea organizațiilor de a debloca potențialul uman. În afară de practicile, poate mai justificabile, de stabilire a obiectivelor și de întocmire a foilor de pontaj, prea mulți angajatori consideră că este absolut normal să aplice un nivel de supraveghere a fiecărui pas al angajaților lor, ceea ce reprezintă un afront adus demnității umane. Mai rău, a fost folosită pentru a justifica omniprezența dezastruoasă a acționariatului executivilor, într-o mișcare de forțare a alinierii. Această practică, împreună cu ideea de supremație a acționarului, au făcut, în mod sfidător, ca strategia corporativă să fie pe termen scurt și manipulative.

Al șaselea, marea majoritate a societăților din SUA și Europa utilizează un model de afaceri cu răspundere limitată (în Regatul Unit procentul este de 98%). Dominația acestui model este extrem de riscantă. Într-o economie globală, reziliența sistemului va depinde întotdeauna de diversitate, astfel încât nu ar trebui să prevaleze un singur model. Acest model particular instituționalizează hazardul moral și joacă în favoarea unei culturi a acționarilor din ce în ce mai iresponsabile, deoarece nu există niciun dezavantaj pentru aceștia. Directorii acționari își pot permite să își asume riscuri uriașe, deoarece nu au nicio răspundere pentru datorii și riscă doar să piardă valoarea acțiunilor lor.

În al șaptelea rând, credința că acționarul este rege se datorează mai mult unui ideal romanțat despre

natura acționariatului decât realității. Ignorând sensul juridic extrem de limitat în care acționarii „dețin”, de fapt, companiile, modelele moderne de acționariat și de tranzacționare fac din „acționar” un concept mai degrabă bizar și cu siguranță trecător. Care este durata medie în care este deținută o acțiune în prezent? Unsprezece secunde, datorită tranzacțiilor automate de înaltă frecvență. Și viteza de tranzacționare? Ochiul uman are nevoie de cel puțin 100 de milisecunde pentru a clipi, dar o tranzacție are nevoie de mai puțin de o zecime din acest timp pentru a se deplasa între Chicago și New York.⁴⁹ Aderarea la ficțiunea romantică conform căreia acționarul este un bătrânel binevoitor care a fondat compania și care supraveghează cu dragoste procedurile, nu face decât să încurajeze abordare pe termen scurt: prin menținerea unui preț ridicat al acțiunilor, companiile neglijează problemele mai mari de guvernare și responsabilitate, ignorând alte părți interesate ale companiei. Această mitologie a alimentat creșterea exponențială a salariilor din consiliul de administrație și o măsurare prea îngustă a performanței corporative. Dar, la fel ca în cazul lui Moș Crăciun, amenințarea acționarului este încă folosită pentru a-i face pe toți să se comporte frumos.

Concurență. „Mâna invizibilă”. Utilitatea. Prețurile pieței. Teoria agenției. Răspunderea limitată. Acționarul suprem. Cele șapte ipoteze au depășit cu mult data de expirare. Asemenea unui ceas cu roțițe

49 Michael Lewis *Flash Boys* (Allen Lane: 2014)

interconectate, aceste șapte ipoteze se mișcă în tandem pentru a menține actualul model de capitalism în mișcare. Ca mecanism de menținere a mașinăriei de bani mai mult sau mai puțin funcțională, ele „funcționează”. Dar, privite ca instrumente pentru realizarea bunăstării umane, aceste ipoteze nu sunt doar defectuoase, ci și toxice. Toate cele șapte sunt importante, dar ne vom concentra aici asupra aspectului deosebit de grav pentru o economie a creației, deoarece păstrează interesul propriu fără relații și consumul fără responsabilitate. Când vine vorba de elementul cu cea mai mare influență, atunci trebuie să ne uităm cu atenție la supremația acționarilor.

III. Acționarul suprem

„Afacerile sunt afaceri”, iar liderii acestora nu au nicio responsabilitate socială „decât aceea de a maximiza profiturile pentru acționari.”⁵⁰, a afirmat celebrul laureat al premiului Nobel, Milton Friedman, pilon al Școlii de Economie din Chicago în 1970. În bine sau în rău, aceasta este, fără îndoială, cea mai influentă declarație economică din istoria modernă. În 1983, *Journal of Law and Economics* a publicat două articole ale economiștilor americani Eugene Fama și Michael Jensen. Pornind de la ideile teoriei agenției, aceștia au susținut că o concentrare pe „maximizarea valorii acționarilor” ar oferi performanțe economice superioare și, prin urmare, resursele corporative ar trebui să fie alocate pentru a maximiza randamentul acționarilor, deoarece aceștia sunt singurii actori economici care fac investiții fără un randament garantat.⁵¹ Adoptarea pe scară largă a acestei mantre a „valorii acționarilor” încoronează acționarul suprem, iar preeminența sa ca obiectiv al companiei este o consecință directă a acceptării pe scară largă a teoriei agenției. Poziționarea acționarilor ca mandanți și a angajaților organizației ca agenți ai acestora, pentru a argumenta despre o „problemă mandant-agent”, presupune că aceasta este o analiză corectă a rolurilor lor respective. Și, odată ce acest lucru a fost acceptat, ce remediu ar putea fi mai bun decât „vindecarea” conflictului de interese prin

50 Milton Friedman "The Social Responsibility Of Business Is to Increase Its Profits" *New York Times* (13 septembrie 1970).

51 Eugene Fama și Michael Jensen "Separation of Ownership and Control" *The Journal of Law & Economics* Vol. 26 (2) (1983) pp. 301-325 și "Agency Problems and Residual Claims" *The Journal of Law & Economics* Vol. 26 (2) (1983) pp. 327-349.

elaborarea de strategii care să ofere valoarea de a fi acționar ca *rațiunea de a fi* a vieții organizaționale?

În concordanță cu standardele tot mai acceptate ale teoriei agenției, progresele tehnice și de reglementare au făcut, de asemenea, o modalitate mai atractivă de a genera randament din tranzacționarea acțiunilor, iar modificările contemporane ale legislației au creat investitorul instituțional „profesionist” din zilele noastre. Împreună, aceste evoluții au schimbat în mod fundamental cultura acționariatului. În vremurile anterioare, randamentul investițiilor era un angajament secundar și pe termen lung, legat de creșterea sănătoasă a unei afaceri. Acum, acționarul pe termen scurt este rege.

De obicei, societățile sunt înființate cu capital privat sau împrumutat, sau prin atragerea de parteneri dispuși să investească bani în schimbul unei părți din afacere. Atunci când ajung la o dimensiune care necesită o injecție serioasă de numerar, acestea vor tinde să intre pe piața bursieră. Această ofertă publică inițială (IPO) ar putea fi și o oportunitate de a recompensa investitorii inițiali pentru angajamentul lor. În egală măsură, o afacere deja constituită ar putea dori fonduri suplimentare pentru a finanța expansiunea, astfel încât ar putea cere partenerilor existenți sau noi să furnizeze noi fonduri în schimbul unor acțiuni. Societățile pot reveni periodic pe piață pentru a obține mai multe fonduri și, de fiecare dată când achiziționează, fuzionează sau se desființează, natura acționariatului se schimbă. În mod invariabil, acționarii „fondatori” pot muri sau pot dori să transmită acțiunile lor unei alte părți. Acest lucru

crează o piață pentru acțiunile originale, care atrage persoane sau instituții care consideră că o acțiune la această companie le va permite să participe la profiturile viitoare ale acesteia. În mod tradițional, acțiunile erau achiziționate nu atât pentru aprecierea treptată a valorii lor nominale pe termen lung, cât pentru venitul regulat din dividende pe care îl asigurau, ceea ce le transforma într-un fel de rentă viageră. Acest lucru a făcut ca un portofoliu de acțiuni să fie ideal pentru a finanța cheltuielile de trai obișnuite sau ca parte a planificării pensiilor. Indiferent de statutul sau de motivele pentru care investește, „acționarul” a devenit un element central în povestea companiei.

Creștere mitică

Această reorientare a atenției strategice pentru a prioritiza valoarea pentru acționari - aprobată pe scară largă de politica Reagan/Thatcher din anii 1980 - este ceea ce William Lazonick și Mary O'Sullivan au numit schimbarea seismică de la „reținere și reinvestire” la „reducere și distribuire”.⁵² În cadrul unui regim de „reducere și redistribuire”, conducerea se concentrează pe îmbunătățirea rentabilității capitalului propriu prin reducerea costurilor, adesea prin reducerea forței de muncă, și returnarea numerarului disponibil către acționari. Între timp, creșterea pieței de securitizare, pentru a proteja aceste investiții de bază, a sporit

⁵²William Lazonick și Mary O'Sullivan, "Maximising shareholder value: a new ideology for corporate governance", *Economy and Society* 29:1 (februarie 2000), pp.13-35.

presiunea asupra acțiunilor pentru a produce un randament mai evident. Și odată ce s-a creat un precedent de randament, fie prin plata dividendelor, fie doar prin creșterea prețului acțiunilor, investitorii includ în proiecțiile lor o ipoteză de creștere anuală, pedepsind compania dacă se abate de la acest model în viitor. Această așteptare a acționarilor privind creșterea compusă oferă condiții propice pentru prezentarea de informații financiare eronate. În fiecare an, creșterea stabilește o nouă bază de referință și o nouă așteptare, prin urmare, o creștere „obișnuită” este considerată dezamăgitoare și se declanșează o prăbușire a prețului acțiunilor. O lucrare realizată de Bartov, Givoly și Hayn arată că, în prezent, este mai profitabil pentru directorii executivi să gestioneze așteptările decât performanța reală a afacerii.⁵³ Astfel, se ajunge la ceea ce economistul canadian Roger Martin a numit o concentrare exclusivă asupra „pieței așteptărilor”, mai degrabă decât asupra „pieței reale”, ceea ce stimulează consiliile de administrație să fie din ce în ce mai îndepărtate de companiile pe care sunt însărcinate să le gestioneze.⁵⁴

Creșterea înstrăinării

Gestionarea performanțelor corporative prin prisma acestei lentile devine o bandă de alergare infinită, în care consiliile de administrație sunt supuse unei presiuni permanente pentru a le îmbunătăți, excluzând orice altă măsură, în special luarea în

53 Eli Bartov, Dan Givoly și Carla Hayn "The rewards for meeting or beating earnings expectations", *Journal of Accounting and Economics* 33 (2002), pp.173-204.

54 Roger Martin *Fixing the Game* (HBRP: 2011).

considerare a impactului de mediu, social sau individual al unei companii. (Friedman: „Afacerea de a face afaceri este o afacere”). Datorită simplității și disponibilității sale, atât investitorul instituțional, cât și tranzacțiile automate folosesc prețul acțiunilor ca unic indicator de performanță. Paranoia de a urmări imediat scăderile și creșterile prețului acțiunilor, precum și viziunea pe termen scurt este agravată de practica modernă de recompensare a conducerii superioare cu acțiuni și opțiuni de cumpărare de acțiuni, aparent pentru a alinia interesele acestora cu cele ale acționarilor, pentru a rezolva problema agenției, care, la rândul ei, a instituționalizat abordarea de „reducere și distribuire”. Astfel, managerii nu numai că se ocupă fervent de menținerea prețului acțiunilor pentru acționari, dar o fac și în nume propriu, cu toate dilemele aferente „utilizărilor abuzive ale informațiilor privilegiate”.⁵⁵ Maximizarea valorii pentru acționari mai presus de orice îi îndepărtează pe directori de angajați și clienți, dar și pe companii de persoanele cele mai afectate de operațiunile lor. Eticheta „parte interesată” este aplicată micii armate de clienți, furnizori, creditori, utilizatori, cumpărători, angajați și alte persoane legate de orice societate comercială. Aceasta se opune „acționarilor” anonimi care sunt preocupați doar de profitul (pe termen scurt al) companiei. Valoarea

55 Andrew Haldane raportează că, la vârful boom-ului, averea directorului general al unei bănci americane de dimensiuni medii a crescut cu 24 de dolari pentru fiecare 1.000 de dolari creați pentru acționari, iar aceștia au câștigat 1 milion de dolari pentru fiecare creștere de 1% pe care au reușit să o creeze în valoarea băncii lor. "Control rights (and wrongs)", Wincott Annual Memorial Lecture (octombrie 2011).

pentru acționari nu este legată de nicio considerație venită de la părțile interesate, adică de la oamenii reali care interacționează cu afacerea. Mitul romantic cu privire la acționare este că acesta se interesează îndelung și cu dăruire de companiile în care investește. De fapt, este adevărat contrariul.

O obsesie bizară

O analiză a acționariatului modern arată cât de bizară este în prezent obsesia legată de valoarea pentru acționari. Analizând datele produse de Oficiul Național de Statistică din Regatul Unit, bazate pe acțiunile cotate la Bursa de Valori din Londra, aproximativ 40% din acțiunile britanice sunt deținute în prezent de investitori străini, restul de 60% din acțiunile britanice fiind împărțite astfel: persoanele fizice dețin o șesime din acestea, iar instituțiile cinci șesimi. Astfel, putem renunța imediat la caricatura acționarului ca fiind un bătrânel loial, îmbrăcat în costum de tweed, care și-a pus la dispoziție banii câștigați cu greu pentru a susține afacerea atunci când aceasta a avut nevoie de el. Marea majoritate a acționarilor unei companii sunt probabil în fața unei foi de calcul, monitorizând prețurile acțiunilor pentru clienții lor și schimbând acțiunile în cazul în care mișcările amenință integritatea portofoliului în ansamblu. Într-adevăr, chiar și imaginea unui om aflat în fața unei foi de calcul a devenit demodată. Tranzacționarea acțiunilor este acum atât de sofisticată încât, în multe cazuri, este executată automat de computere, folosind algoritmi concepuți pentru a profita de schimbările infime ale prețului (și de avertizarea timpurie în fracțiuni de secundă) pentru

a menține un portofoliu în parametrii dați. În prezent, există o cursă pentru a accelera această tehnologie deja foarte rapidă, noua legătură de date Illinois-New Jersey care poate realiza tranzacții aproape instantanee. Sursele variază în ceea ce privește timpul mediu pentru care o acțiune este deținută în prezent, dar unele spun că este de 11 secunde.⁵⁶

Având în vedere faptul că societățile sunt acum obligate să maximizeze valoarea pentru acționari, precum și viteza medie și caracterul impersonal cu care sunt deținute aceste acțiuni, se pune întrebarea cea mai evidentă: În fața cui anume este responsabilă compania? Chiar și în afară de acționarii care nu se văd, ce înseamnă să ai de-a face cu straturi de intermediari între acțiunile în sine și proprietarii lor efectivi, având în vedere explozia consultantilor de investiții, a administratorilor de active, a administratorilor fiduciari, a "fondurilor de fonduri" și a altor persoane care se află acum între un proprietar și un activ? Poate o societate să știe cu adevărat ce doresc acționarii săi, fără a-i întreba direct (și frecvent), având în vedere modelele moderne de acționariat?

Inegalitatea echității

Ca strategie de returnare a profiturilor către investitori, este adevărat că „valoarea pentru acționari” pare să fi funcționat, cel puțin pe termen scurt. Sistemul conceput pentru a crește valoarea pentru o categorie de persoane a crescut valoarea pentru acea categorie. Dar aceasta nu este întreaga

56 A se vedea Michael Lewis *Flash Boys* (Allen Lane: 2014)

poveste. Studiile lui Lazonick indică o realitate mai profundă, și anume că, în timpul perioadei de „reducere și distribuire”, inegalitatea veniturilor s-a accelerat, fiind trasă în jos de presiunea scăderii salariilor și a ocupării forței de muncă, și în sus de creșterea randamentului capitalului propriu. Cifrele din SUA sugerează că 80% din gospodării dețin mai puțin de 2% din capitalul social, iar 1% din gospodăriile de top dețin aproximativ 37% din toate acțiunile corporative aflate în circulație. Cifrele pentru restul lumii par a fi comparabile.⁵⁷ Cartea lui Kate Pickett și Richard Wilkinson, *The Spirit Level*, expune în detaliu teza inegalității, iar cartea lui Thomas Piketty, *Capital in the Twenty-First Century*, explică efectul multiplicator al averii moștenite.⁵⁸ În linii mari, cu cât gradientul social al unei anumite probleme sociale este mai abrupt, cu atât este mai puternic legat de inegalitatea veniturilor, astfel încât orice societate care prezintă acest decalaj accelerat între bogați și săraci va stoca probleme grave pentru viitor sau, după cum am văzut, pentru prezent.

În afară de trecerea resurselor de la investiții pe termen lung la recompense pe termen scurt, un alt cost al succesului aparent al regimului valorii acțiunilor a fost creșterea disproporționată a

57 A se vedea, de exemplu, William Lazonick "Everyone is paying price for share buy-backs", *Financial Times* (25 septembrie 2008).

58 Richard Wilkinson și Kate Pickett, *The Spirit Level* (Penguin: 2010); Piketty *Capital in the Twenty-First Century* (Harvard University Press: 2014).

salariilor cadrelor superioare. O analiză a marilor corporații americane între 1980 și 1995 arată că, în timp ce profiturile din această perioadă au crescut cu 145%, salariile directorilor executivi au crescut cu aproape 500% în aceeași perioadă de 15 ani. Această creștere a salariilor directorilor executivi a avut loc cu prețul relativ și absolut al celor aflați la un nivel inferior pe scara salarială. Din nou, cercetările raportate în *The Spirit Level* oferă dovezi ample că accelerarea diferențelor în ceea ce privește inegalitatea veniturilor va alimenta în cele din urmă focul dezintegrării societății. În timp ce raportul dintre salariile de sus și cele de jos din cadrul companiilor s-a mărit, după cum am văzut deja, „reducerea și distribuirea” a avut ca scop și eliminarea costurilor din cadrul companiei, folosind adesea tehnologia, externalizarea și delocalizarea pentru a reduce numărul de angajați. Această strategie de a trăi din trecut, fără a investi în viitor, stimulează câștigurile pe termen scurt, la fel ca orice formă de reducere a activelor. Cu toate acestea, costul real al prioritizării atât de agresive a prezentului în detrimentul viitorului este prea mare.

Cine ce deține?

Pentru a spune o poveste mai bună, trebuie să ne întrebăm: ce înseamnă „proprietate” pentru cel care deține acțiuni? Dacă cineva deține o casă, poate face ce vrea cu ea, în limitele legii. A deține o „acțiune” însă, nu înseamnă cu adevărat a deține o companie. Dacă o companie merge prost, acționarul își pierde participația, dar este protejat împotriva altor pierderi prin răspundere limitată. Dacă merge bine, acționarul primește un flux de dividende. Dar nu

„deține” compania, ci doar primește anumite drepturi împreună cu certificatul de acțiuni, dar niciunul dintre acestea nu îi conferă cu adevărat un cuvânt de spus în ceea ce privește gestionarea zilnică a entității sau un drept asupra profiturilor, cu excepția cazului în care consiliul de administrație declară un dividend. Retorica acționarului ca proprietar este atât convingătoare, cât și asumată pe scară largă, și a fost immortalizată de limbajul negativ al unor oameni ca Marx despre capitaliștii care exploatează proletariatul prin faptul că dețin mijloacele de producție. Dar, la fel ca și în cazul „mâinii invizibile”, ideea acționarului ca proprietar se evaporă la o examinare atentă.

Criticile actuale la adresa „valorii pentru acționari” presupun că acționarii care par mai interesați de randamentul financiar decât de afacerea în care investesc reprezintă un fenomen specific modern. Cu toate acestea, istoria sugerează că acest lucru ar fi valabil de mult mai mult timp decât se presupune în mod general și că această problemă este mai degrabă o falie toxică în dreptul societăților comerciale decât o modă temporară. Paddy Ireland, de la Universitatea din Kent, notează că, în cazul englezesc de referință *Bligh v. Brent* (1837), s-a stabilit că acționarii nu aveau niciun interes direct, legal sau echitabil, în proprietatea deținută de societate, ci doar dreptul la dividende și dreptul de a-și ceda acțiunile pentru valoare. Până în 1860, acțiunile societăților pe acțiuni au fost stabilite ca obiecte juridice de sine stătătoare. Separarea acestora, ca forme de proprietate independente de activele societății, le-a disociat efectiv de activele societății. Aceste active erau acum proprietatea

exclusivă a societății, în timp ce capitalul social al societății era proprietatea exclusivă a acționarului. Ireland susține că a fost deliberată această idee destul de îngustă de a avea proprietate fără control.

Presupunerea toxică a suveranității absolute a acționarului nu mai are niciun sens. Un apel la acționar seamănă acum mai degrabă cu un apel voalat la interesul propriu al conducerii superioare și al altor investitori de elită stimulați de acțiuni. Această ipoteză care distrage atenția a condus la un scurt termen nesănătos, a inculcat obiceiuri proaste în ceea ce privește măsurarea și strategia și a încurajat companiile să adopte o definiție prea îngustă a responsabilităților lor.

Discuțiile în jurul ipotezelor toxice și a premiselor false ale economiei de extracție duc invariabil la necesitatea de a oferi o alternativă. Regimul actual care domnește este inconsecvent din punct de vedere intern, fals în mod demonstrabil și rău pentru lume. Trebuie să începem să facem mai bine.

Cu toate acestea, de multe ori, când ne gândim la alternative, ne gândim la moduri diferite de a acționa și de a ne organiza. Formele alternative de acțiune și de organizare sunt cu siguranță avute în vedere în acest raport și vom analiza câteva dintre ele mai jos. Cu toate acestea, se întâmplă adesea ca alternativele de care avem nevoie să nu se regăsească în acțiunile exterioare, ci în motivația interioară. Cu alte cuvinte, două persoane pot desfășura aceeași acțiune, dar să o facă din motive foarte diferite. Filozofii de viață extrem de opuse

pot conduce oamenii în locuri similare. Argumentăm aici că o ideologie de extracție este rea pentru lume atât *ca set de practici*, cât și *ca motivație interioară*. Mai mult, susținem că o economie a creației este mai bună pentru noi toți, atât ca practică, cât și ca ideologie. Pentru a spune o poveste mai bună, trebuie să trecem de la o economie a extracției la una a creației. Iar pentru a face această schimbare, putem folosi un pivot oferit de teologie.

IV. Crearea unui spațiu prielnic

Povestea extracției a dus economiile, relațiile și lumea în pragul colapsului. Trebuie să spunem o poveste mai bună. Cu toate acestea, a spune o poveste mai bună înseamnă întotdeauna să abordăm substraturile profunde care formează presupunerile, narațiunile și tradițiile noastre colective existente. Religia, filozofia și etica sunt la fel de importante pentru acest proces ca și sociologia și teoria economică. Pentru a spune povești mai bune înseamnă să analizăm de unde ne-au venit ideile, ce ar fi necesar pentru a le schimba și de ce ar trebui să o facem. Aceasta implică procesarea valorilor noastre morale și negocierea a ceea ce se întâmplă atunci când aceste valori sunt opuse sau sunt ignorate. A spune povești mai bune presupune să privim în trecut și să luăm în considerare instituțiile care consfințesc gândurile și practicile noastre cele mai prețuite. Cu alte cuvinte, a spune o poveste mai bună implică teologie.

Există multe moduri în care teologia tratează excelent banii, finanțele, datoriile și capitalismul. Am făcut referire la unele dintre cele mai bune dintre ele pe parcursul acestui raport. Lucrarea lui Michael Schluter și a Centrului Jubilee argumentează cu succes în favoarea regândirii economiei în lumina importanței teologice centrale a relațiilor restaurate și a tradiției biblice de ștergere a datoriilor și a anului jubiliar („anul de veselie”).⁵⁹ Paul Mills scrie despre contururile unei economii divine, așa cum derivă din bogata tradiție și practică

⁵⁹ Michael Schluter *The "R" Factor* (Hodder & Stoughton, 1993); *The Jubilee Manifesto* (IVP, 2005); *Beyond Capitalism: towards a Relational Economy* (Cambridge Papers: March 2010) Vol 19: 1.

biblică.⁶⁰ Eve Poole a scris pe larg despre biserică și capitalism.⁶¹ Guy Brandon elaborează o convingătoare teologie biblică a banilor.⁶² Acestea sunt resurse relevante. În loc să repetăm aici perspectivele lor teologice despre relații, bani și economie, ne vom concentra pe teologia creștină profundă care stă la baza abordării lumii care favorizează *creația* în detrimentul *extracției*. Acest accent nu este antitetic față de activitatea importantă desfășurată de Schluter, Mills și alții, ci, dimpotrivă, îi completează și colaborează cu ei.

Creația în locul extracției

Pentru primii creștini, adoptarea unei mentalități de *creație* în detrimentul *extracției* nu este la periferia lucrării Evangheliei. De fapt, primul lucru pe care cineva l-a scris vreodată despre Isus opune în mod explicit aceste două moduri de gândire, găsind calea vieții ca fiind creativă, în timp ce calea extracției duce la distrugere. Pentru a vedea cum stau lucrurile, trebuie să ne uităm la cele mai vechi secțiuni ale scrierilor Noului Testament.

Cele patru Evanghelii nu sunt primele cuvinte pe care cineva le-a scris despre Isus. Marcu, Matei, Luca și Ioan sunt relatări scrise și editate la o generație sau două după evenimentele pe care le descriu. Oamenii care îl cunoșteau pe Isus erau pe moarte, așa că cei care îi cunoșteau pe cei care îl cunoșteau pe Isus au păstrat poveștile lor. Punctul

60 Paul Mills *The Divine Economy* (Cambridge Papers: decembrie 2000) Vol 9: 4.

61 Eve Poole *The Church on Capitalism: Theology and the Market* (Palgrave: 2010).

62 Guy Brandon *Crumbling Foundations: A biblical critique of modern money* (Jubilee Centre: 2016).

important aici este că biserica exista deja de zeci de ani înainte de a avea patru relatări biografice despre cuvintele și viața fondatorului său. Pentru o indicație mai apropiată despre ce se simțea în preajma lui Isus, trebuie să ne întoarcem la surse mai vechi. Aici găsim epistolele și scrisorile care alcătuiesc cea mai mare parte a Noului Testament, cele mai multe dintre ele fiind atribuite apostolului Pavel. Epistolele lui Pavel, merită să ne reamintim, au fost scrise pentru și despre oameni care aveau o memorie vie a lui Isus. Iar Pavel, merită, de asemenea, remarcat, nu scria întotdeauna materiale noi. El citează adesea ziceri ale lui Isus sau învățături ale primilor ucenici bine cunoscute de contemporanii săi. Și, într-un pasaj notabil din epistola sa către adunarea din orașul Filipi, Pavel încorporează în textul său un poem pe care nu l-a scris inițial. Acest imn, care se găsește în Filipeni 2, are astfel pretenția credibilă de a fi unul dintre cele mai timpurii lucruri scrise vreodată despre Isus, de către contemporanii săi. Merită să fie citat în întregime:

"⁴Fiecare dintre voi să se uite nu la foleasele lui, ci și la foleasele altora.

⁵ Să aveți în voi gândul acesta, care era și în Hristos Isus:

⁶ El, măcar că avea chipul lui Dumnezeu, totuși n-a crezut ca un lucru de apucat să fie deopotrivă cu Dumnezeu,⁷ ci S-a dezbrăcat de Sine Însuși și a luat un chip de rob, făcându-Se asemenea oamenilor.

⁸ *La înfățișare a fost găsit ca un om, S-a smerit și S-a făcut ascultător până la moarte, și încă moarte de cruce.*

⁹ *De aceea și Dumnezeu L-a înălțat nespuse de mult și I-a dat Numele care este mai presus de orice nume,¹⁰ pentru ca în Numele lui Isus să se plece orice genunchi al celor din ceruri, pe pământ și de sub pământ,¹¹ și orice limbă să mărturisească, spre slava lui Dumnezeu Tatăl, că Isus Hristos este Domnul. (Filipeni 2:4-11)''.*

Patru concepte din Epistola către Filipeni

La prima vedere ar putea părea că este vorba, prin excelență, de un poem religios sau spiritual. Totuși, de fapt, acest imn este despre modul în care Domnul Isus a abordat însușirea resurselor și exercitarea puterii. Două mii de ani în care am fost grei de auz ne fac să trecem cu vederea câte sloganuri și simboluri explicit sociale sunt folosite - și răsturnate - în acest imn. Aceste versuri antice prezintă aspecte politice și economice proeminente, care nu ar fi fost pierdute de publicul original.

Primul lucru care trebuie observat este termenul „**Hristos**” de la *Christos* în originalul grecesc. Tradus uneori prin „Mesia” sau „Unsul”, *Christos* provine din practica de ungere cu untdelemn sfânt (*hrismă*) a stăpânilor și regilor de drept. Termenul a fost bine atașat numelui lui Isus în memoria vie a activității Sale, astfel încât mulți oameni presupun

că „Hristos” este numele de familie al lui Isus, în loc de descrierea funcției sale de lider puternic public.

În al doilea rând, este vorba de expresia „**deopotrivă cu Dumnezeu**” din grecescul *isa theoi*.⁶³ *Isa theoi* nu este o afirmație religioasă, dacă, prin aceasta, credeți că religia și politica pot fi ușor diferențiate. În imaginația greco-romană, cu cât un om era mai puternic, cu atât era mai mult un mic zeu. Este expresia pe care Augustus a folosit-o atunci când a devenit Cezar. Este fraza aplicabilă oamenilor care aspiră la funcția supremă de împărat, rege, prim-ministru sau președinte. Și este fraza pe care primii creștini au considerat-o cea mai potrivită pentru a descrie ceea ce se simțea în preajma lui Isus, în timp ce acesta anunța venirea unei noi Împărății și forma o nouă mișcare de adepți în jurul Său. În mod semnificativ, în acest imn, problema nu este că oamenii se consideră egali cu Dumnezeu. Este subversiv *modul în care ei procedează* pentru a obține această putere.

Ajungem astfel la cel de-al treilea termen. Isus era egal cu Dumnezeu, dar nu a considerat că a fi egal cu Dumnezeu este o chestiune „**de apucat**”. Cuvântul avut în vedere aici este *harpagmon*. Aceasta este acțiunea de a aduna resurse și de a le

63 În ceea ce privește termenii *isa theoi* (ἴσα Θεῶ), *harpagmon* (ἄρπαγμόν) și *kenosis* (ἐκένωσεν), literatura de specialitate este imensă și este de obicei centrată pe articularea teologiei creștine ulterioare cu privire la natura divinității. Pentru vibrațiile socio-politice greco-romane ale acestor termeni, a se vedea în special Eric Heen, "Philippians 2:6-11 And the Resistance to Local Timocratic Rule: *Isa theo* and the Cult of the Emperor" în *Paul and the Roman Imperial Order*, Ed. Richard Horsely (Trinity Press: 2004).

directiona spre obținerea a ceea ce dorești. *Harpagmon* nu este deloc rar. Atunci când politicienii își adună „baza” sau sprijinul pentru alegerile viitoare, ei folosesc *harpagmon*, la fel ca și managerii care ademenesc investitorii ca să stocheze bani pentru un fond. Acesta este modul în care economia și politica tind să funcționeze. Te agăți de câtă putere, bani sau bunuri poți găsi pentru a modela lumea în funcție de viziunea ta și de viziunea celor care ți-au promis sprijinul. *Harpagmonul* este o chestiune de adunare, de umplere și de concentrare a resurselor pentru a domina voința proprie asupra voinței celorlalți.

Totuși, în al patrulea rând, rețineți că Isus, care este *isa theoi*, nu consideră *isa theo* o chestiune de *harpagmon*. Oamenii, care Îl cunoșteau, insistă că El S-a "**golit**" pe Sine. *Kenosis*. Uneori, grecescul *kenosis* este tradus în engleză prin „a deveni nimic”. Din nefericire, o astfel de redare ratează punctul de vedere socio-politic de aici. A se „goli de sine” nu înseamnă a deveni preș sau slugarnic. Înseamnă să practici autocontrolul. Imaginați-vă, dacă vreți, o cadă de baie care se umple cu apă. Știm cu toții că apa curge în mod natural pentru a umple spațiul. Dar acum imaginați-vă că acea apă are control asupra propriilor facultăți. Imaginați-vă că s-ar putea opri la jumătatea drumului, astfel încât, în loc să curgă pentru a umple singură spațiul, să se *golească* singură.

Limitarea impactului propriului eu într-un spațiu anume nu este o lipsă de putere. Este, de fapt, opusul, pentru că practicarea autocontrolului presupune un eu puternic care trebuie controlat. Oamenii cu mentalitatea chenozei sunt conștienți de

puterea pe care o au asupra celorlalți și pentru ceilalți, precum și de responsabilitatea pe care o au în spațiile în care acționează. Acesta este motivul pentru care poemul nostru antic leagă *chenoza* de „slujire”.

Să te goleşti de tine însuți înseamnă să fii mai degrabă un servitor decât un bătauş care își impune voința asupra lumii, cu ego-ul său care curge pentru a umple încăperea. Principala marcă a unui slujitor este că există pentru a face posibilă voința altor oameni. *Harpagmon* adună și subsumează resurse în slujba punerii în aplicare a unei singure voințe puternice. Este o extensie și o dominare a sinelui. Prin contrast puternic, persoanele cu mentalitatea *chenozei* practice autocontrolul. Ele întruchipează „golirea” în măsura în care eul lor nu curge pentru a umple spațiul.

Să aveți în voi gândul acesta

În cartea sa *Powers and Submissions*, preotul și teologul politic Sarah Coakley spune că a avea mentalitatea *chenozei* înseamnă a practica „crearea blândă a spațiului”.⁶⁴ Este actul de a pune limite voinței tale pentru ca alte voințe să poată înflori. Persoana cu mentalitatea *chenozei* își folosește puterea pentru a crea spații în care alte persoane pot prospera. Este extrem de semnificativ faptul că apostolul Pavel se aștepta ca ai săi colegi certăreți să aibă în ei înșiși „gândul acesta” ca și Cel care era *isa theoi*. Pavel nu vrea să spună că, dacă te-ai trezi cu omnipotență divină, așa ar trebui să acționezi. În schimb, el spune: dacă te vei trezi că ai o anumită

64 Sarah Coakley *Powers and Submissions: Spirituality, Philosophy and Gender* (Wiley: 2009).

putere și responsabilitate într-un spațiu anume, așa ar trebui să te porți. Scrisoarea către vechii filipeni vorbește despre putere, dinamică structurală și oameni care adună bunuri în funcție de un mod alternativ de a conduce afacerile vieții. Soluția pe care le-o oferă Pavel este să aibă modul de a gândi al fondatorului lor, care nu și-a folosit autoritatea pentru a-i folosi pe alții, ci și-a retras voința pentru a face loc cu blândețe altor voințe, astfel încât acestea să poată înflori.

Crearea unui spațiu prielnic

Crearea spațiului. În mod semnificativ, *chenoza* este un mod creativ de viață. A pune o limită propriei voințe, puterii sau achiziționării de resurse înseamnă a crea condițiile în care alți oameni pot folosi acele resurse, își pot vedea puterea crescând sau își pot vedea voința împlinită. Din acest motiv, teologii regăsesc *chenoza* în povestea creației din Geneza, în care Dumnezeu Se „golește de Sine” în mod voluntar pentru a crea condițiile în care pot exista alți noi Sine.⁶⁵ Calea *chenozei* duce la o proliferare constantă a persoanelor atunci când vine vorba de pentru Împărăția lui Isus, biserica lui Pavel și cosmosul lui Dumnezeu. Este un act de investiție în ceilalți și este fundamental și profund creativ. Datorită acestei investiții creative, primii noștri imnologi s-au gândit să pună în contrast *chenoza* cu *harpagmon*. În afară de „a apuca”, o altă traducere care apare adesea (pe bună dreptate) în versiunile englezești ale lui *harpagmon* este „a exploata în

65 A se vedea în special eseurile din *The Work Of Love: Creation As Kenosis*, Ed. John C. Polkinghorne (Eerdmans: 2001).

propriul avantaj”. Practica și mentalitatea persoanei care „apucă” este aceea de a trăi o viață modelată în jurul exploatării, de a vedea resursele, bunurile și oamenii ca pe niște furaje pentru a-și hrăni propria voință. A urma o poveste de *chenoză* înseamnă a meșteșugi forme de viață care să conducă la o creație constantă. A urma o poveste de *harpagmon* înseamnă a trăi o viață de extracție nesfârșită.

Așa cum am susținut și, într-adevăr, așa cum vedem în jurul nostru în fiecare zi în țările, corporațiile și economiile noastre, povestea extracției duce invariabil la un consum nelimitat, cu prăbușirea inevitabilă, care rezultă dintr-o astfel de mentalitate, a persoanelor, sistemelor și mediului înconjurător. Prin contrast, povestea creației este o poveste a investițiilor, a spațiului de creștere și a proliferării. Cvasi-monopolul „extracției” asupra gândirii noastre economice colective ne face să credem că este singura variantă plauzibilă. Cu toate acestea, nu numai că există alternative, dar acestea sunt viabile. Mentalitatea economică a creației nu este teoretică sau utopică. Ea se întâmplă acum, în sistemele noastre capitaliste. Și, mai mult, funcționează.

V. Economia creației

Profitul fără responsabilitate, exploatarea fără investiții și preferința de a maximiza valoarea pentru acționari au o influență puternică asupra afacerilor; mișcările și practicile care încearcă să le elimine nu sunt utopice. Aplicațiile practice ale unei gândiri economice care favorizează creația în detrimentul extracției sunt numeroase. Ele pot avea loc și au loc chiar acum. Acestea fiind spuse, există abordări ale reîncadrării economiei care sunt mai teoretice sau ipotetice decât altele. Viziunile de a oferi alternative la sistemul monetar și de îndatorare sunt intrigante și importante, dar nu se pot aplica imediat. De asemenea, apelurile de revizuire a sistemelor bancare și a legilor fiscale sunt urgente și necesare. Cu toate acestea, ele se află în afara razei de acțiune a celor mai mulți investitori și oameni de afaceri de fiecare zi. Din acest motiv, deși suntem de acord că este necesară o schimbare radicală în unele domenii, ne vom concentra în această secțiune a raportului asupra aspectelor activității economice care întruchipează creația și care nu necesită o reformă masivă a legilor, a sistemelor fiscale și a acordurilor internaționale pentru a face acest lucru.

Mai mult decât un acționar

Am argumentat că accentul pus pe maximizarea valorii pentru acționari este atât o forță motrice principală, cât și un simptom major al mentalității de exploatare care ne conduce la ruină. Așadar, ce alternative creative ar putea exista la exploatarea iresponsabilă a profitului?

Urmându-l pe Andrew Haldane, o parte a soluției ar fi să se treacă pur și simplu de la rentabilitatea capitalului la rentabilitatea activelor, deoarece această din urmă măsură acoperă întregul bilanț.⁶⁶ Și, deoarece nu este „redușă de efectul de levier”, poate face o treabă mai bună în ceea ce privește ajustarea la risc. În cadrul unui regim ROE, acționarii, care ar putea avea un interes doar în aproximativ 5% din bilanț, au o influență nejustificată asupra restului activelor și sunt stimulați să le riște în întregime prin conlucrarea cu directorii societăților cu capitaluri proprii pentru a crește randamentele pe termen scurt. În plus, utilizarea ROA ar fi avut un efect istoric mai bun asupra remunerării directorilor executivi. Folosind ca exemplu observațiile lui Haldane privind lumea bancară, dacă salariul unui director general al unei bănci ar fi fost indexat la ROE în 1990, în 2007 remunerația directorului general ar fi ajuns la 26 de milioane de dolari, ceea ce corespunde plăților actuale. Dar dacă recalculați acest lucru pentru, să zicem, directorii executivi ai celor mai mari șapte bănci americane, folosind ROA din 1989, până în 2007 remunerația lor ar fi crescut de la 2,8 milioane de dolari la „doar” 3,4 milioane de dolari. Ca o comparație, acest lucru ar înlocui o creștere bazată pe ROE la 500 de ori venitul mediu al gospodăriei americane cu o creștere bazată pe ROA la 68 de ori venitul mediu al gospodăriei americane.

Cu toate acestea, având în vedere problema fundamentală a divorțului dintre acționari și companii, este nevoie de mai mult. Problemele legate de proprietate, în special, vor fi discutate mai

66 Haldane "Control", (2011).

jos, când vom examina alternativele creative la modelul cu răspundere limitată. Înainte de a lua în considerare aceste modele, trebuie să analizăm cea mai bună alternativă la primatul acționarului: și anume *acționarul*.

Guvernanța beneficiilor

La cel mai simplu nivel, o parte interesată este orice grup, sistem sau persoană care afectează sau poate fi afectată de acțiunile unei companii. Prin urmare, acționarii sunt *una dintre* părțile interesate în orice companie, dar nu sunt singurii și nici neapărat cei mai importanți. În apelul lor „de a transforma o economie nedreaptă și exploatare”, semnatarii multinaționalei care au semnat cartea albă a Shareholder Commons „From Shareholder Primacy to Stakeholder Capitalism” (N.tr. De la primatul acționarului la capitalismul acționarilor) afirmă că întreprinderile și instituțiile financiare „trebuie să privească dincolo de propriile randamente financiare și să își asume responsabilitatea pentru impactul pe care îl au asupra sistemelor sociale și ecologice de care depinde un sistem economic mai corect, mai incluziv, mai echitabil și mai prosper”.⁶⁷ Toate companiile și toți investitorii instituționali trebuie să adopte guvernanța beneficiilor, care constă în considerente fiduciare revizuite care se extind dincolo de responsabilitatea pentru randamentul financiar, deoarece guvernanța responsabilă a beneficiilor este fundamentul capitalismului părților interesate. Guvernanța

⁶⁷ Frederick Alexander, Holly Ensign-Barstow, Lenore Palladino, Andrew Kassoy, "From Shareholder Primacy to Stakeholder Capitalism" (Shareholder Commons: 2020).

beneficiilor (cunoscută și sub denumirea de guvernanta părților interesate) este practica care recunoaște că administratorii care conduc instituțiile trebuie să țină cont de o gamă largă de interese ale beneficiarilor, acționarilor și părților interesate.

Vom analiza mai jos tipurile de corporații care apar în urma guvernantei bazate pe beneficii, dar aici merită să observăm cum vedem *chenoza* în acțiune sau cum se creează un spațiu blând: companiile aflate sub guvernanta bazată pe beneficii creează în mod intenționat condițiile în care tot mai mulți oameni pot prospera. Primatul acționarilor servește unei și numai unei singure părți interesate din cadrul companiei. În schimb, guvernanta părților interesate caută să creeze sisteme în care să beneficieze *toate* părțile interesate (angajați, manageri, clienți, furnizori și, da, acționari). Astfel de companii se concentrează pe oamenii din spatele sistemelor fără chip: „beneficiarii reali reprezentați de instituții precum fondurile de pensii, fondurile de investiții și fondurile mutuale. Industria financiară este adesea atât de concentrată pe multiplele straturi de corporații, administratori de active, consilieri și instituții, încât uită că toate aceste fonduri sunt menite să ofere beneficii ființelor umane și că scopul deciziilor lor ar trebui să fie oferirea de beneficii acestor persoane.”⁶⁸

68 Alexander et al. "Shareholder Primacy" (2020).

Agenda părților interesate

Problema stringentă a responsabilizării și dării de socoteală se manifestă deja în agenda părților interesate, pe care o urmează din ce în ce mai mult companiile din întreaga lume. Ceea ce a început ca o activitate de nișă (și în mare parte retorică) a „responsabilității sociale a companiilor” sau a „triplului bilanț” s-a maturizat și a devenit o conștientizare a faptului că adoptarea unei viziuni mai largi este o responsabilitate de bază a consiliului de administrație: o parte a rolului strategic și fiduciar al companiilor. În multe jurisdicții, acest lucru este acum consacrat nu numai în dreptul societăților comerciale, ci și în codurile de conduită care le însoțesc în materie de reglementare, guvernanta și raportare. Începând cu anul 2000, Pactul global al Organizației Națiunilor Unite a fost un exemplu de persuasiune a companiilor la nivel internațional, indiferent dacă jurisdicția lor impune sau nu acest lucru prin lege, să își alinieze operațiunile și strategiile la un set de principii privind drepturile omului, munca, mediul și combaterea corupției. Obiectivele ONU, cum ar fi Obiectivele de Dezvoltare ale Mileniului, au fost înlocuite de Obiectivele de Dezvoltare Durabilă în 2015. ODD sunt o colecție de 17 obiective globale interconectate. Acestea sunt părți interesate în esență: „Un proiect pentru a obține un viitor mai bun și mai durabil pentru toți”.⁶⁹

69 Organizația Națiunilor Unite (2017) Rezoluția adoptată de Adunarea Generală la 6 iulie 2017. Cele 17 ODD sunt: (1) Fără sărăcie, (2) Foamete zero, (3) Sănătate bună și bunăstare, (4) Educație de calitate, (5) Egalitate de gen, (6) Apă curată și

Pe lângă aceste tipuri de inițiative, multe companii găsesc modalități de a recunoaște mai explicit interesele angajaților, pensionarilor, clienților, partenerilor, furnizorilor, autorităților de reglementare și comunităților locale, precum și ale acționarilor. În zilele de „hipertransparentă”, aceasta este pur și simplu o bună practică de afaceri, în special în condițiile în care mărcile de consum sunt atât de vulnerabile la reclama negativă. Într-adevăr, sistemul german de consiliu de administrație pe două niveluri a facilitat întotdeauna includerea în consiliul de supraveghere a grupurilor de interese, cum ar fi băncile, politicienii locali, partenerii de afaceri și sindicatele, precum și a acționarilor importanți. În alte părți, indiferent dacă aceasta ia forma unor consilii consultative, a unor observatori în consiliul de administrație, a unor consultări periodice sau a unor detașări reciproce, doar cele mai mioape companii ignoră această nouă realitate. Dar s-ar putea face mai mult, deoarece, prea adesea, departamentul care se ocupă de preocupările părților interesate se raportează la marketing, mai degrabă decât la strategie sau direct la consiliul de administrație, ceea ce tinde să trădeze o motivație mai degrabă cinică și împiedică ca astfel de practici să se generalizeze. Simpla spălare ecologică și

canalizare, (7) Energie curată și la prețuri accesibile, (8) Muncă decentă și creștere economică, (9) Industrie, inovare și infrastructură, (10) Reducerea inegalității, (11) Orașe și comunități durabile, (12) Consum și producție responsabile, (13) Acțiune climatică, (14) Viața sub apă, (15) Viața pe uscat, (16) Pace, justiție și instituții puternice, (17) Parteneriate pentru obiective.

semnalizarea virtuții nu reprezintă schimbarea de care avem nevoie în lume.

O privire la sectorul non-profit

Din întâmplare, sectorul non-profit este edificator în această privință. Companiile ar putea învăța din structura și practicile organizațiilor caritabile. Administratorii au responsabilitatea de a asigura beneficiul publicului în conformitate cu liniile stabilite de organizația caritabilă și se asigură că organizația rămâne fidelă scopurilor caritabile stabilite în statut. Aceasta este o abordare interesantă a responsabilităților paralele ale unui director de companie, datorită accentului pus pe documentul fondator. În timp ce directorii sunt, de asemenea, obligați să acționeze în conformitate cu actul constitutiv al companiei lor, acest lucru nu este atât de central din punct de vedere cultural și tinde să cedeze în practică în fața unor preocupări mai imediate. Acest lucru este deosebit de relevant în cazul în care o companie a trecut printr-o serie de transformări și, prin urmare, s-ar putea să nu mai fie în același domeniu de activitate în care a început (de exemplu, Nokia, care, de-a lungul istoriei sale de 150 de ani, s-a transformat de la o fabrică de hârtie, un producător de cizme de cauciuc și anvelope de mașină, un generator de energie electrică și un producător de televizoare, până la a deveni o companie globală de telecomunicații). Dar agățarea de ceea ce Will Hutton a numit „rațiunea de a fi” organizațională esențială poate acționa ca un dispozitiv de împământare util. El vorbește adesea despre scopul fondator al Unilever care, la înființarea sa în anii 1880, a fost „să producă cele

mai bune lucruri de zi cu zi pentru oamenii obișnuiți", iar spiritul acestei misiuni este încă viu în cultura corporativă Unilever.⁷⁰ Jim Collins și Jerry Porras au subliniat acest aspect în lucrarea lor clasică de management din 1994, *Built to Last*. Formula sa includea „mai mult decât profituri”, care se referea la companiile care au avut succes pe termen lung fiind fidele scopului lor principal, de exemplu, Merck – „păstrarea și îmbunătățirea vieții umane” sau Disney – „să ne folosim imaginația pentru a aduce fericire pentru milioane de oameni”.⁷¹ Deși este în vogă ca întreprinderile să elaboreze slogane, acestea tind să fie mai degrabă exerciții goale de branding și rareori încapsulează spiritul companiei. Cu toate acestea, conectarea cu scopul cel mai înalt al companiei atinge ceva din spiritul fondator al acesteia și acționează ca o corecție utilă la o concentrare îngustă asupra valorii pentru acționari.

Prezumția toxică a suveranității absolute a acționarului nu mai are niciun sens. Având în vedere statutul juridic al acestora și faptul că modelele moderne de acționariat îi fac pe aceștia o specie din ce în ce mai evazivă, un apel la acționar seamănă acum mai degrabă cu un apel voalat la interesul propriu al conducerii superioare motivate de acțiuni și la profiturile generate de un algoritm găzduit într-o cutie neagră cu lumini care clilesc. Această ipoteză care ne distrage atenția a condus la un termen scurt nesănătos, a întipărit obiceiuri proaste

70A se vedea, de exemplu, Will Hutton "These money grubbing companies make the public sector look good" *Observer* (1 noiembrie 2009).

71 Jim Collins și Jerry Porras *Built to Last* (Random House: 2005).

legate de măsurare și strategie și a încurajat companiile să adopte o definiție prea îngustă a responsabilităților lor.

Crearea unui spațiu pentru părțile interesate

Cele mai multe modele de afaceri au la bază investiții iresponsabile ale acționarilor. Cu toate acestea, există și alte modele de companii care pot fi comparate în ceea ce privește profilul de risc și performanța economică durabilă.

A se vedea, de exemplu, concluziile Comisiei pentru proprietate, prezidată de economistul Will Hutton.⁷² Raportul pune în mod util în contrast mai multe modele de afaceri, care variază foarte mult în ceea ce privește scopul lor. Pe de o parte, există acele companii care sunt în mod evident interesate de bani. Pe de altă parte, există cele al căror scop este activitatea comercială în sine. Între acestea se află o serie de hibridi.

La un capăt al spectrului, fondurile de capital privat tind să întruchipeze o formă extremă a strategiei „valoare pentru acționari fără responsabilitate”. Un fond de capital privat adună bani de la partenerii săi - care pot fi persoane fizice sau instituții - împreună cu împrumuturi de la instituții financiare și îi folosește pentru a cumpăra companii neperformante. Acestea sunt raționalizate, poate prin reducerea forței de muncă sau prin vânzarea de active, în vederea creșterii valorii lor pentru o

⁷² *Pluralitate, administrare și implicare: Raportul Comisiei pentru proprietate, martie 2012* (Mutuo: 2012).

vânzare rapidă. Prin definiție, proprietarii sunt interesați doar să iasă din afacere cu profit, fie printr-o vânzare comercială, fie prin listarea la bursă. Prin urmare, aceștia au tendința de a-și proteja îndeaproape investiția și vor interveni adesea pentru a selecta personalul-cheie din conducere sau pentru a dicta strategia dacă simt că investiția lor este în pericol.

La celălalt capăt al spectrului, companiile de stat tind să fie păstrate într-o formă de proprietate publică din cauza temerilor că o motivație de profit neîngrădită ar afecta serviciile oferite. În practică, acestea variază foarte mult, deși principiul este în continuare acela de a asigura o anumită formă de control democratic asupra acestor servicii păstrate prin intermediul procesului politic. În timp ce politica publică privind proprietatea este fluctuantă, multe țări rezervă statului servicii precum justiția, apărarea, educația, sănătatea și utilitățile, unele dintre acestea fiind gestionate ca organizații caritabile (fără scop lucrativ), iar altele ca întreprinderi (cu scop lucrativ). De exemplu, cea mai mare companie de telecomunicații din lume, China Mobile, este condusă de stat, iar firmele energetice de stat, precum Gazprom din Rusia și Saudi Aramco, dețin peste trei sferturi din producția mondială de petrol. În Regatul Unit, există și hibrizi de stat, în care guvernul deține o participație majoritară sau substanțială, cum ar fi Royal Mail, Channel 4 sau Eurostar, iar acestea sunt conduse în mod independent de către Executivul acționarilor. În noiembrie 2008, guvernul britanic a creat, de asemenea, o companie - cu Trezoreria ca acționar unic - numită „UK Financial Investments” pentru a

gestiona participațiile statului în diverse bănci, cum ar fi RBS, care au fost „salvate” parțial sau în totalitate în urma crizei creditelor.

Fondurile suverane de investiții fac legătura între cele două extreme ale capitalului privat și proprietatea de stat. Acestea sunt fonduri de investiții deținute de stat care pot cuprinde economii de stat, investiții în pensii, fonduri petroliere sau alte participații financiare. De exemplu, Fondul guvernamental de pensii al Norvegiei, cel mai mare fond de pensii din lume, a fost creat pentru a deține tot surplusul de bogăție produs de veniturile petroliere ale țării. Fondurile suverane de investiții sunt utilizate în primul rând pentru a genera randament financiar, dar pot fi folosite și în scop diplomatic sau defensiv pentru a achiziționa participații în sectoare utile în străinătate. În prezent, guvernul chinez cumpără produse de bază africane și sud-americane, în timp ce unele dintre fondurile suverane de investiții din Orientul Mijlociu au fost convinse de băncile occidentale aflate în dificultate să preia poziții semnificative în acestea pentru a le garanta viitorul, adesea ca alternativă la salvarea statului gazdă.

Celelalte modele de afaceri care se încadrează în acest spectru sunt întreprinderile familiale, parteneriatele, cooperativele, societățile mutuale și firmele deținute de angajați. Întreprinderile familiale și parteneriatele tind să combine proprietatea cu controlul, în sensul că proprietarii sunt cel mai adesea și conducerea superioară a întreprinderii. Acest lucru nu este întotdeauna valabil, în special pe măsură ce întreprinderile familiale ajung la maturitate și multe familii își

exercită dreptul de proprietate printr-o poziție reziduală în consiliul de administrație, în loc de un rol executiv direct. De asemenea, nu este necunoscută nici existența unor parteneri „tăcuți” într-un parteneriat. Dar, în general, parteneriatele precum cele ale marilor firme juridice și de contabilitate, precum și majoritatea întreprinderilor familiale, unesc aceste două roluri de proprietate și control, rezolvând dintr-o singură lovitură orice problemă reziduală de „agenție” care ar putea exista. Hutton raportează că proprietatea familială reprezintă aproximativ 60% din întreprinderile europene, inclusiv 25% din cele mai mari 100 de întreprinderi de pe continent.⁷³ În Regatul Unit, aproximativ 10% dintre firme sunt deținute de familii, contribuind cu aproximativ 30% la PIB-ul britanic. Datele din Regatul Unit sugerează procente similare pentru parteneriate, iar în prezent este posibil să se formeze un parteneriat cu răspundere limitată, cu riscurile și beneficiile aferente. Parteneriatele rămân atractive ca modalitate, deoarece profiturile sunt împărțite între parteneri, care constituie în general un grup mai mic de persoane decât în cazul distribuirii dividendelor între acționari într-o societate pe acțiuni tradițională.

Deținută de clienți

Dintre ultimele trei modele de afaceri ilustrative - cooperativele, societățile mutuale și firmele deținute de angajați - cooperativele și societățile mutuale sunt similare prin faptul că clienții lor dețin

⁷³ *Pluralitate, administrare și implicare: Raportul Comisiei pentru proprietate, martie 2012* (Mutuo: 2012) p.21.

afacerea. Adesea, acestea au fost create de un grup de persoane care nu pot obține singure accesul la serviciile de care au nevoie, dar care, în mod colectiv, pot obține amploare și credibilitate. Acest model este utilizat de cooperativele de credit și de multe dintre societățile de construcții tradiționale, precum și de cooperativele agricole din întreaga lume care se combină pentru a stabili o prezență competitivă en-gros sau en-detail. Societățile mutuale și cooperativele sunt deținute de membrii lor, fiecare dintre aceștia având un vot egal. Membrii aleg consiliul de administrație, iar surplusurile financiare tind să fie reinvestite în afacere. Deși uneori se plătește o dobândă, acest tip de model de afaceri se concentrează pe furnizarea de bunuri și servicii oamenilor în mod echitabil. În Regatul Unit, societățile mutuale reprezintă aproximativ 5 % din activitatea economică și asigură 3,5 % din totalul locurilor de muncă. Comerțul cu amănuntul al cooperativelor din Regatul Unit are o cotă de piață de aproximativ 8 %, Co-operative Food fiind al cincilea cel mai mare retailer de produse alimentare din Regatul Unit. Co-operative Group, în ansamblul său, este cea mai mare societate mutuală din Regatul Unit, deținută de peste șase milioane de consumatori. Pe lângă prezența sa în sectorul comerțului cu amănuntul, acesta oferă servicii financiare, deținând 20 % din Co-operative Banking Group. De asemenea, este cel mai mare furnizor de servicii funerare din Marea Britanie și conduce cea mai mare operațiune agricolă din Marea Britanie. Grupul operează 4.800 de puncte de vânzare cu amănuntul, are peste 106.000 de angajați și o cifră de afaceri anuală de peste 13 miliarde de lire sterline. Cea mai mare

cooperativă de muncă din lume este Mondragón din Spania, fondată în 1956, care are interese în finanțe, industrie, comerț cu amănuntul și educație, fiind a șaptea cea mai mare companie spaniolă după cifra de afaceri.

Deținută de angajați

În timp ce societățile mutuale și cooperativele de consum oferă clienților dreptul de proprietate, un alt model de afaceri care are o mentalitate mai mult orientată spre părțile interesate este cel al proprietății angajaților (uneori numită cooperativă de lucrători). Acest model rezolvă orice problemă care rezultă din separarea proprietății și a controlului, oferind tuturor angajaților o participație în afacere. În Regatul Unit, exemplul acestui format este John Lewis Partnership, un lanț de magazine universale și magazine alimentare, înființat în 1920. Formatul de proprietate a angajaților diferă de strategia modernă a societăților pe acțiuni, care constă în acordarea de acțiuni conducerii superioare, deoarece integritatea sa ca model de afaceri depinde de proprietatea democratică de sus în jos, astfel încât fiecare lucrător cu o vechime mai mare de un an să aibă o participație în companie, care este deținută majoritar de către corpul angajaților.

Deși o structură de proprietate a angajaților poate fi utilizată de la început, este mai frecvent ca societățile private sau cele cotate la bursă să treacă în proprietatea angajaților prin cumpărare, fie direct, fie în etape. Deoarece marea majoritate a angajaților din acest tip de preluare de către angajați nu vor

avea salarii care să le permită accesul la acest nivel de capital, aceștia se împrumută pentru o preluare cu efect de levier. În mod normal, în acest mod, proprietatea asupra companiei este transferată într-un fond de investiții pentru angajați, plătit de companie în timp, ceea ce contribuie la stabilitate și la capacitatea companiei de a atrage fonduri. De asemenea, mecanismul fiduciar înseamnă că acțiunile pot fi investite în trust pentru a crea o piață internă, atât pentru răscumpărarea acțiunilor de la angajații care se pensionează sau pleacă, cât și pentru realocarea acestora către noii angajați.

Deținută de furnizori

Dacă analizăm aceste modele, proprietatea, indiferent de definiție, revine în mod diferit furnizorilor de capital. În mod logic, ar trebui să existe, de asemenea, un model în care furnizorii să dețină și ei afacerea, ceea ce ar reprezenta motivul din spatele cartelurilor diamantelor și petrolului, precum și incidentele de „integrare verticală” în care companiile se extind pe lanțul de aprovizionare pentru a controla o mai mare parte din ruta de la materia primă până la client. Exemple de acest tip ar fi de la Isis Innovation a Universității Oxford, o filială deținută în totalitate și înființată pentru a comercializa proprietatea intelectuală a universității, până la cooperativele agricole și piețele agricole locale. Indiferent de modul în care sunt constituite, fiecare dintre aceste modele diferă nu numai în ceea ce privește forma juridică și financiară, ci și în ceea ce privește tipurile de provocări de guvernare cu care se confruntă și apetitul lor pentru risc. Comisia pentru proprietate

se străduiește în mod deosebit să sublinieze că o ecologie a afacerilor care ar cuprinde o diversitate a acestor modele ar fi mai rezistentă la șocurile economice și ar oferi tuturor părților interesat mai multe opțiuni în ceea ce privește randamentul investițiilor, atât financiare, cât și de altă natură.

Crearea relațiilor cu părțile interesate

Există multe modele și structuri, dar toate trebuie să țină seama de activitatea structurală care se află la baza tuturor relațiilor umane. Este esențial să se pună un accent reînnoit pe fiecare grup și persoană care are un interes în afaceri. Cu toate acestea, simpla adoptare la nivelul limbajului a termenului părți interesate în locul termenului acționari nu este suficientă pentru a forma organizații creatoare și nu exploatare. Doar retorica părților interesate într-o companie nu abordează *sănătatea relațională* a aparatului acesteia. După cum observă Rushworth și Schluter, natura umană fiind ceea ce este, „fiecare parte interesată tinde să acționeze în propriul interes. Prin urmare, părțile sunt puțin stimulate să aibă o relație una cu cealaltă, să caute să înțeleagă interesele celorlalți sau să lucreze pentru promovarea activității generale a companiei sau pentru binele comun”.⁷⁴

Relațiile sunt esențiale. Dar acestea nu sunt generate de la sine și este nevoie de muncă pentru a le menține. Crearea unui spațiu în care oamenii să se dezvolte este o sarcină care necesită o atenție constantă și atentă. Din acest motiv, The

74 Jonathan Rushworth și Michael Schluter *Transforming Capitalism from Within* (Relationships Global: 2011).

Relationships Foundation sugerează că, mai degrabă decât să căutăm doar soluții la instabilitatea sistemică din sfera politică prin răspunsuri reglementare sau fiscale, ar trebui să căutăm în primul rând schimbări în structura și comportamentul relațiilor dintre părțile interesate. Un astfel de răspuns minuțios și atent regândește scopul și funcționarea companiilor. „Structura juridică a companiilor trebuie examinată din punctul de vedere al efectului său asupra relațiilor dintre și între diferitele grupuri de părți interesate, în special acționari, directori, angajați, furnizori, clienți, comunitatea locală și autoritățile de reglementare, precum și între părțile interesate și societatea în general.”⁷⁵ Rezultatul acestei activități structurale este ceea ce ei numesc „companie relațională”. Această abordare poate fi utilizată cu întreprinderi cu modele și structuri diferite.

Zece principii ale companiilor relaționale

Companiile relaționale încetează să mai fie o aglomerare de obiective individuale, în primul rând financiare și care sunt adesea concurente unele cu altele. Mai degrabă, părțile interesate dintr-o companie relațională ajung să se cunoască între ele și devin, într-un sens limitat, o comunitate, caracterizată, la fel ca toate comunitățile, de conversație, de o poveste comună, respect reciproc, o aliniere a intereselor și o direcție comună. În acest context, toate părțile interesate și-ar asuma o mai mare responsabilitate pentru impactul acțiunilor lor

⁷⁵ Rushworth și Schluter *Transforming* (2011).

asupra celorlalți, și-ar spori capacitatea de a-și atinge obiectivele individuale și de a spori beneficiile mai largi și pe termen lung ale companiilor pentru societate. Fundația propune înființarea de companii relaționale, guvernate pe baza unor linii de control furnizate de o Cartă a Companiilor Relaționale, care stabilește măsuri cheie prin care pot fi evaluate o serie de relații cu părțile interesate. O Agenție de Evaluare Relațională propusă va oferi un mecanism independent de dare de socoteală.⁷⁶

În teorie, orice companie poate deveni o companie relațională. Carta Companiilor Relaționale evaluează dacă sunt promovate condițiile pentru relații eficiente, urmărind zece principii. În **primul rând**, entitatea trebuie să stabilească obiective relaționale. Aceasta face acest lucru prin includerea unui obiectiv de afaceri relaționale în actul său constitutiv și oferă o formare adecvată investitorilor, directorilor și angajaților. În **al doilea rând**, compania creează spațiu pentru dialogul cu părțile interesate. Este promovată o conversație semnificativă între toate grupurile semnificative de părți interesate, prin întâlniri față în față și alte linii de comunicare regulată. În **al treilea rând**, compania cere transparență din partea acționarilor. În practică, acest lucru se va traduce prin deținerea directă și nominală a unei proporții semnificative (de exemplu, 25%) din acțiuni de către trusturi familiale sau persoane fizice. Este încurajată și permisă proprietatea locală și a angajaților asupra acțiunilor. În **al patrulea rând**, și în legătură cu

⁷⁶ Rushworth și Schluter *Transforming* (2011).

aceasta, este încurajată practicarea proprietății pe termen lung. Aceasta înseamnă că o proporție mare de acțiuni sunt deținute pe termen lung, acționarii pe termen lung fiind stimulați prin emiterea de acțiuni suplimentare. În **al cincilea rând**, compania depune eforturi pentru a proteja echilibrul dintre viața profesională și cea privată a angajaților săi. Compania va putea demonstra că managementul respectă interesele lucrătorilor în ceea ce privește durata programului de lucru, orele de lucru nepotrivite și alte condiții care au un impact asupra vieții sociale și de familie. Al **șaselea** principiu este gestionarea diferențelor salariale mai mici. Demnitatea tuturor angajaților este respectată prin reducerea la minimum a diferențelor de remunerare în cadrul companiei. În **al șaptelea rând**, compania va construi relații rezistente cu furnizorii, asigurându-se că părțile interesate ale furnizorilor sunt tratate corect și cu respect, că sunt plătite prompt și că primesc sprijin pentru a-și dezvolta afacerile. Relația cu clienții și cu comunitatea în general cuprinde **al optulea** principiu, în cadrul căruia aceste părți interesate sunt tratate în mod echitabil, iar preocupările lor sunt respectate în ceea ce privește serviciile furnizate și condițiile de plată. În **al nouălea rând**, companiile relaționale promovează stabilitatea financiară. Riscul de instabilitate financiară a companiei este redus la minimum pentru a proteja compania și părțile interesate, care sunt evaluate prin raportarea la raportul dintre datorii și capitaluri proprii și/sau la nivelurile de acoperire a dobânzilor. În sfârșit, în **al zecelea rând**, este vorba de principiul conform căruia companii relaționale își vor îndeplini obligațiile sociale. Acestea sunt evaluate prin

raportarea la procentul de profituri plătite sub formă de impozit în țara în care sunt obținute și, de asemenea, la procentul de profituri cheltuite pentru programe de responsabilitate socială corporativă și altele asemănătoare.⁷⁷

Creație creativă

Economia creatoare se concentrează pe generarea și menținerea relațiilor care se află în mod necesar în centrul oricărei afaceri. O astfel de concentrare este benefică pentru persoanele implicate, dar și pentru contextele creative în care trăim și ne mișcăm cu toții. Actorii economici creatori nu văd lumea ca pe o simplă colecție de resurse care așteaptă să fie exploatare în avantajul propriu. În schimb, ei au grijă și îngrijesc creația, investind în sănătatea acesteia pentru binele generațiilor prezente și viitoare. În afară de orice altceva, acesta este pur și simplu un bun simț al afacerilor. Așa cum am menționat anterior: nu există clienți pe o planetă moartă.

Totuși, există un avertisment aici. Pagubele provocate lumii și vieții noastre comune de economia de exploatare sunt profunde și continue. Aceasta trebuie să fie demontată în totalitate. După cum susține în mod convingător Calum Samuelson, multe activități „verzi” care încearcă să amelioreze colapsul climatic apelând la alegerile individuale ale consumatorilor, la profit și la producție continuă, de fapt, doar să perpetueze problema.⁷⁸ Acest lucru se

⁷⁷ Rushworth și Schluter *Transforming* (2011).

⁷⁸ Calum Samuelson *Relational Response to Climate Change* (Jubilee Centre: 2021), capitolul 1.

datorează în mare parte faptului că aceste activități sunt încă tributare premiselor consumiste ale mentalității de exploatare. Individualismul „greenwashing” nu atinge miezul problemei: oamenii nu sunt în primul rând unități izolate care caută satisfacție. În schimb, suntem ființe sociale, inextricabil legate între ele prin relații complexe. Grija pentru creație presupune recunoașterea relațiilor noastre.

Concluzie

Scopul nostru prin acest raport a fost de a ne ajuta să ne imaginăm o viață economică comună mai bună, trecând de la o poveste alimentată de exploatare la una modelată de creare, făcând astfel spațiile accesibile tuturor părților interesate în proiectele noastre de afaceri comune. Poveștile despre *exploatare* pun accentul pe natura utilitară a naturii. Pământul este acolo pentru a fi exploatat, solul pentru a fi folosit, animalele și plantele pentru a fi crescute pentru un randament maxim. Economiiile exploatoare adună, captează, utilizează și exploatează cu o concentrare mioapă asupra obiectivelor pe termen scurt, a profiturilor rapide și a maximizării randamentelor ca unic scop. Într-o astfel de societate, oamenii sunt văzuți de ceilalți în primul rând ca resurse, iar ei înșiși în primul rând ca și consumatori. Povestea exploatării este larg răspândită și populară, până în punctul în care, în multe medii, ea a devenit de bun simț. Cu toate acestea, ea ne ucide și distruge lumea.

În schimb, *economia creării* spune o poveste despre semănat, investit, construit și meșteșugit. Spune povestea oamenilor și a locurilor care sunt lăsate mai bune decât au fost găsite. Ea evocă grădinile îngrijite, familiile formate, bogăția generată și planeta prețuită. Creatorii fac lucruri și le supraveghează după ce au fost făcute. Oamenii creatori au copii, creează obiecte și formulează idei noi, dar, în mod esențial, ei creează și spațiile în care aceste lucruri noi se pot întâmpla. Mentalitatea de creație aduce lucruri noi în existență, dar păstrează și condițiile pentru ca lucrurile noi să fie create în viitor. Economia creației este pe termen lung, generațională și generoasă față de toți cei care au un interes în creație. Ceea ce, la sfârșitul zilei, înseamnă fiecare dintre noi.

.....Era odată ca niciodată două cetăți.

Orașul Creației era un loc frumos.

Orașul Extracției nu era atât de frumos.

Această poveste a două orașe este una adevărată.

Se întâmplă tot timpul.

Acest lucru se întâmplă acum.

În ce oraș doriți să locuiți?

Scopul acestui raport este să ne ajute să ne imaginăm o viață economică mai bună, una care să recompenseze părțile interesate în afaceri, nu care doar să privilegieze pe câțiva acționari. O astfel de trecere poate aduce și chiar aduce beneficii oamenilor, planetei și profitului, dar o va face atunci când vom trece de la o poveste alimentată de extracție la una modelată de creație. Autorii acestui raport lucrează în politică, economie și management, dar au, de asemenea, studii în teologie. Ca atare, ei sunt pătrunși de ideile profunde care stau la baza instituțiilor noastre (în bine sau în rău) dacă dorim să ne imaginăm cu adevărat un mod mai bun de a ne desfășura activitatea și de a ne modela politicile economice.

Dr. Stephen Backhouse (McGill, Oxford) este fondatorul Tent Theology, unde lucrează ca și consultant pentru antreprenori, întreprinderi și organizații de caritate. Dr. Eve Poole este licențiată la Durham, are un MBA la Edinburgh și un doctorat în teologie și capitalism la Cambridge.

