



¿POR QUÉ PUEDE SER BUENO FRACASAR?

Por Mario Šilar

Para: Instituto Acton Argentina

Enero de 2012

Uno de los ámbitos en los que la visión cristiana de la vida adquiere una identidad singular frente a otras cosmovisiones se observa en la actitud que exhibe ante el éxito y el fracaso. No se trata de analizar aquí las aporías y problemas que se siguen de profesar el culto al éxito, ya que se sabe que el cristianismo no promueve el exitismo como *modus vivendi*; además, distingue claramente entre el mero éxito exterior, visibilidad o “impacto” –de escasa relevancia moral y bastante aleatorio, por cierto– de las acciones, y un horizonte de evaluación interior, mucho más pleno e íntimo, en donde el “éxito” adquiere un cariz radicalmente distinto: en este ámbito las acciones se sopesan en cuanto a su valor y sentido de eternidad. En este segundo caso cabe afirmar que “*todo éxito es prematuro*”, como bien advertía el antiguo profesor de la Universidad de Navarra, Leonardo Polo, y frecuentemente recuerda Alejandro Llano. En cuanto al fracaso, la caridad cristiana propone una mirada comprensiva, tolerante, paciente y compasiva, tanto hacia el fracaso ajeno como al propio.

Pero el cristianismo también promueve la importancia de la excelencia y del anhelo de superación personal en la tarea a realizar. En efecto, si las acciones son susceptibles de adquirir valor de eternidad, es razonable suponer que se debe poner lo mejor de uno mismo y se debe intentar hacer cada tarea del mejor modo posible. “*Duc in altum*”, en el cristianismo, rige para toda empresa humana. En conclusión, desde la perspectiva del agente, punto de vista propio del análisis moral de la acción, la excelencia y la perfección cobran más importancia que la búsqueda del éxito, fenómeno en todo caso subsidiario y que no conviene que sea perseguido como fin principal.

A pesar de que los cristianos tienen los elementos conceptuales para distinguir el éxito del afán de perfección –aunque obviamente no hace falta ser cristiano para distinguirlos y tener razones de peso para preferir uno al otro–, en muchos casos encuentran dificultades para mantener vitalmente esta distinción. A veces, la búsqueda de perfección se camufla, y bajo el aura de lo políticamente correcto, viene a ser otra forma de búsqueda del éxito. Es como si una vez neutralizada la tentación, ésta volviera a colarse desvirtuando ahora el afán de excelencia. Lo que se aconseja usualmente en estos casos es la necesidad, siempre oportuna, de rectificar la intención. Si bien este consejo parece adecuado creo que puede haber otro modo de iluminar esta situación: intentando entender *cuál es el rol que ocupa el fracaso en las prácticas sociales*.

Es frecuente concebir el fracaso de un modo bastante rudimentario, rápidamente se recurre a la visión sobrenatural en un intento por ubicarlo en un marco de sentido, considerándolo a la luz del plan divino¹. Si la armonía fe-razón también alcanza este ámbito puede ser oportuno

¹ Otro modo de huida respecto del sentido del fracaso se puede observar en las actitudes que revelan una *falsa aceptación del fracaso*. Me refiero a la elaboración psicológica mediante la cual se trata de presentar el fracaso como una expresión de un presunto “triunfo moral”. Se trata de un sesgo cognitivo de autojustificación –de tipo irrefutable debido a su carácter no falsable– por el que se presentan las causas de la derrota como si fueran señas de nobleza e



considerar el marco del fracaso en su perspectiva natural, aquí también debe ser posible, al menos en algunos casos, encontrar su sentido. Considero que *el fracaso humano puede ser algo bueno*, bondad que se puede descubrir no sólo apelando a su comprensión desde el plano sobrenatural sino también en sí mismo considerado, y teniendo en cuenta la cooperación humana en sociedades libres. Luego de este *excursus*, analizaré a continuación cuál es el valor que tiene el fracaso en la articulación de la cooperación y coordinación social.

Jack Knych y Steven Horwitz destacan que los ciudadanos en la sociedad contemporánea suelen sentir pánico ante la idea del fracaso². El fracaso se ha convertido en algo que se teme, que se intenta evitar y prevenir a toda costa. El fracaso actualmente es una especie de tabú. Subyace a esta experiencia una actitud maniquea en donde el éxito es sinónimo de todo lo que es bueno y el fracaso la metáfora de todo lo malo que a uno le puede suceder³. La imagen inquietante y negativa del *looser*, de fuerte valor simbólico en la sociedad norteamericana, ilustra esta experiencia. El temor ante la sola posibilidad del fracaso está a la base de muchos de los elementos que caracterizan el Estado de bienestar contemporáneo⁴. Actualmente, el fracaso no parece tener ningún valor como medio de redención social, se lo concibe simplemente como “algo malo”, por ello las medidas para combatirlo o mitigarlo gozan de amplio apoyo y firme legitimidad. El fracaso parecería ser uno de los males sociales más graves⁵. La lógica de las compensaciones, los subsidios, las reparaciones, los rescates y *bailouts*, que están a la orden del día, parecen apoyarse en esta convicción: nada bueno puede surgir del fracaso. Sin embargo, creo que el fracaso puede ser considerado de otro modo y actuar como una guía útil para la realización de actividades más valiosas, tanto para uno mismo como para los demás.

En primer lugar, conviene no perder de vista que el fracaso no sólo es útil como medio de aprendizaje personal, también es particularmente valioso –incluso irremplazable– como medio de aprendizaje social, especialmente en la interacción en sociedades de libre mercado, en donde los marcos de relación intersubjetiva implican procesos de descubrimiento en los que el conocimiento se encuentra ampliamente disperso y disseminado. Por ello, cuando el marco institucional y las reglas de juego pretenden desterrar el fracaso y sus consecuencias de las sociedades libres, se termina por dañar no sólo a la persona que ha fracasado –impidiéndole aprender de su

identidad que justificarían casi “el haber tenido que fracasar”. En algunos casos, el marco social puede fomentar esta actitud, como en los casos en los que se alienta o se premia el fracaso. Agradezco esta referencia a Agustín I. Echavarría.

² Knych, Jack – Horwitz, Steven, “The Importance of Failure”, en *The Freeman*, November 2011, pp. 33-35.

³ Esta división maniquea también puede estar presente entre algunos cristianos que tengan una visión inadecuada del significado del fracaso. En efecto, algunos concluyen erróneamente que si la perfección en la tarea realizada puede ser un indicio de la “medida” de santidad, su contraparte, el fracaso revelaría lo opuesto a esta medida, como si se tratara de una especie de neocalvinismo pero más sofisticado.

⁴ Cfr. Palier, Bruno (ed.), *A Long Goodbye to Bismarck? The Politics of Welfare Reform in Continental Europe*, Amsterdam, Amsterdam University Press, 2010.

⁵ Las cosas resultan más confusas por cuanto muchas veces los diagnósticos y conclusiones que se sacan a partir de esta situación no son muy conducentes. En efecto, muchas veces se achaca –en mi opinión erróneamente– el temor al fracaso al hecho de vivir en sociedades consumistas que priorizan la relación del tener por sobre la del ser y en donde las biografías personales se definirían por el grado de éxito alcanzado. Aunque pueda haber algunos elementos razonables en esta aproximación, poner el acento sobre sistemas o tendencias generales, sin considerar las razones particulares y el marco concreto de incentivos e intereses que motivan la acción de las personas concretas no ofrece muchas luces sobre cuáles pueden ser los pasos concretos para revertir la situación.



experiencia— sino al todo social —entorpeciendo los canales de interacción y mutuo aprendizaje—. Esto impide la generación de un marco que permita consolidar la cooperación y la coordinación, mediante el aprendizaje social de los errores, en donde se comparta la experiencia y se transmita el conocimiento⁶.

Además, sucede que en la vida personal y social, la experiencia del fracaso puede actuar como una guía cognoscitiva e inspiradora para la persecución de actividades de mayor valor y provecho⁷. Sin pretender reducir la esfera del valor a lo que demandan los agentes en un mercado, lo cierto es que un modo —si bien falible— que tienen las personas de saber si su actividad está siendo valorada por otras personas es mediante el sistema de precios, que permite conocer el arco de demanda de los distintos bienes y servicios que se ofrecen en el mercado⁸. Insisto, no se pretende mercantilizar el horizonte de lo humano sino, simplemente, llamar la atención sobre un punto que considero importante y que resulta frecuentemente desatendido, al menos en el mundo académico de las humanidades: me refiero al crucial rol informativo que implica el sistema de precios en una sociedad libre. Los precios, que actúan como las “señales de tráfico” en una economía libre —en palabras de Juan Ramón Rallo⁹—, sintetizan una cantidad ingente de información, de un modo que permite articular y coordinar las preferencias y las elecciones de personas libres, y que se relacionan pacíficamente. Nadie puede arrogarse la omnisciencia o sabiduría infusa respecto de los deseos y preferencias de las personas que viven en una sociedad libre. Para ello, el hombre hasta ahora no ha descubierto nada mejor que el sistema de precios.

Cabe recordar que el sistema de precios se encuentra inserto en el horizonte de lo humano; desvinculado de este horizonte vital queda mutilado. El elemento cognoscitivo que toma forma en el “encuentro entre personas” en el mercado es mucho más complejo y sutil que la mera síntesis de información. Los estudios estadísticos reducen el conocimiento a un mero sistema de datos e información, que se ofrece en forma bastante inconexa o cuya conexión es arbitraria. *Aprender de los errores supone hacer uso de un tipo de conocimiento humano, experiencial, disperso, falible, imperfecto, tácito y contextual que escapa a la formalización estadística*. En suma, el conocimiento humano en el mercado no se puede reducir a un conjunto de datos informativos, es algo mucho más rico, complejo y difícil de asir¹⁰.

⁶ Un punto importante que queda por investigar es el análisis de las distintas formas en que comparece el fracaso según el contexto de agencia y marco de incentivos de que se trate: por ejemplo, en el ámbito político, en el empresarial, en el de la investigación científica, en la academia, o en la vida personal, comunitaria, familiar y profesional.

⁷ Tim Harford en su último libro ha investigado la importancia fracaso como posible punto de partida de emprendimientos exitosos; fracasar puede llegar a ser muy útil si con ello se genera información valiosa. Cfr. Harford, Tim. *Why Success Always Starts with Failure*. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2011.

⁸ El refrán que, desde Silicon Valley, se hizo popular respecto de que si no se ha tenido una quiebra o fracaso importante en los inicios de la vida profesional no se es un buen empresario, creo que pone de manifiesto dos cosas: por un lado lo difícil que resulta conocer qué demandarán los agentes en el mercado y, por otro, sirve para dar testimonio de que los *practitioners* suelen tener claro que el fracaso aporta un tipo de conocimiento cualitativamente valioso y virtualmente imposible de obtener por otros medios.

⁹ Carlos Rodríguez Braun – Juan Ramón Rallo, *El liberalismo no es pecado. La economía en cinco lecciones*, Barcelona, Deusto, 2011.

¹⁰ Cfr. Zanotti, Gabriel J., *Conocimiento versus información*, Madrid, Unión Editorial, 2011.



Uno de los elementos característicos de los teóricos de la Escuela Austriaca es su particular interés por la función empresarial¹¹, y esto como consecuencia de la importancia que tiene en ellos el conocimiento disperso para la coordinación social y dada su comprensión del mercado como un proceso dinámico e intersubjetivo de descubrimiento¹². Este marco ofrece los instrumentos para comprender que la actividad empresarial frustrada en un sentido es tan importante como la exitosa, al menos en cuanto a su contribución para la coordinación de expectativas y la reducción del conocimiento disperso¹³. Esto permite además comprender más adecuadamente cuál es el valor del mercado y la pertinencia de concebirlo como un encuentro interpersonal¹⁴. El mercado es una institución social y económica de gran utilidad, lo cual no exige idealizarlo o valorarlo sólo en la medida en que ficticiamente se comporte como un juego de engranajes perfectamente ordenados –nada más alejado de su verdadero funcionamiento–. Su valor reside no sólo en que permite coordinar las expectativas sino también en que se comporta como una mediación social que facilita la capacidad de aprendizaje a partir de los errores propios y ajenos. Tanto en el plano personal como en el social el fracaso puede ser un importante medio para inspirar la mejora y corrección de las acciones, y encauzarlas hacia objetivos más adecuados o que sean más demandados por la sociedad, lo cual puede suponer también una legítima vocación de servicio. Por ello, un objetivo noble para una sociedad libre puede residir en la capacidad que esta tenga de acoger y crear un contexto en el cual no sólo se pueda *triunfar libremente* sino también *fracasar libremente*.

Por todo esto, la actitud que se tenga ante el fracaso puede ofrecer valiosa información respecto de si uno está persiguiendo la excelencia o el mero éxito exterior. Si sólo se persigue el éxito es normal que el fracaso genere pánico y se conciba como algo que debe ser evitado a toda costa. Sólo desde la perspectiva en primera persona, que contemple la excelencia a la luz de la realización personal más íntima, el fracaso es susceptible de ser asumido en sus elementos potencialmente positivos, que permiten progresar en el autoconocimiento y en la autoevaluación respecto del posible valor y demanda que tengan los emprendimientos personales en el contexto social.

Mario Šilar
msilar@unav.es

¹¹ Israel Kirzner es un autor de referencia. Cfr. Kirzner, Israel M., *Competition and Entrepreneurship*, Chicago, Chicago University Press, 1973 y *The Meaning of Market Process: Essays in the Development of Modern Austrian Economics*, London – New York, Routledge, 1992.

¹² Un texto central en esta tradición es el de F. A. Hayek, *The Use of Knowledge in Society*, en *American Economic Review* (1945), 35, 4, pp. 519-540.

¹³ Boettke, Peter – Sautet, Frederic (eds.), *Market Theory and the Price System: The Collected Works of Israel M. Kirzner*, Indianapolis - IN, Liberty Fund, 2011.

¹⁴ “Si hay confianza recíproca y generalizada, el *mercado* es la institución económica que permite el encuentro entre las personas”. Benedicto XVI, *Caritas in Veritate*, nº 35, en http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/encyclicals/documents/hf_ben-xvi_enc_20090629_caritas-in-veritate_sp.html.