

ECONOMÍA AMENA

Economía en colores
Xavier Sala-i-Martín
Barcelona: Conecta, 2016, 309p.

Los malos hábitos financieros son un grave problema que aqueja a muchos, ya sea porque no ahorran lo suficiente, porque manejan de forma poco inteligente las tarjetas de crédito, o porque no entienden las crisis económicas ni saben cómo protegerse de ellas. Estas malas prácticas están siendo combatidas actualmente con masivas campañas de educación financiera. Pero, pese a ellas, salir del analfabetismo económico sigue fuera del alcance de mucha gente que no encuentra el tiempo ni la motivación para dedicarse a la tarea de educarse en esos temas.

Los libros de economía para un público general deberían servir para acercar los conceptos económicos a una mayor base de la población pero, hasta ahora, muy pocos han tenido alto impacto. La gran mayoría continúa siendo demasiado aburridos y de pesada lectura. Aquí es donde libros como *Economía en colores* intentan marcar la diferencia por la amenidad con que está escrito.

Originalmente, *Economía en colores* fue un guion para la televisión española de un programa del mismo nombre seccionado en ocho capítulos. La programadora, TV3, acordó contratar un guion “... para llevar la economía al gran público de forma divertida, y para —por fin— poner luz y colores a esta ciencia tan oscura, gris e impenetrable”. Simultáneamente con el programa se lanzó una versión autocontenida del guion en formato escrito y así nació este libro.

Xavier Sala-i-Martín, su autor, es profesor de Economía de la Universidad de Columbia. Sala-i-Martín es catalán, formado en Harvard y con una carrera académica prestigiosa. Se le conoce como un conferencista carismático y con grandes habilidades de comunicación. Su apego a la tradición liberal clásica hace que valore el individualismo, los mercados, y el comercio. En sus libros, Sala-i-Martín mezcla estas ideas propias de la ortodoxia económica con una personalidad excéntrica y heterodoxa.

Economía en colores no es el primer libro de un destacado académico en trascender al lenguaje del público general. El propio Sala-i-Martín ya lo había intentado a mediados de la década pasada con *Economía liberal para no economistas y no liberales* (2005), que, a decir verdad, contiene varias de las ideas de *Economía en colores* que fueron recicladas. Y, en el mercado anglosajón, Levitt y Dubner (2009)

tuvieron éxito por el giro provocativo que le dieron a la economía en su libro *Freakonomics*.

El libro de Sala-i-Martin se divide en ocho capítulos que contienen “historias interesantes que reflejarán ocho campos de la ciencia económica”. El color con que se titula cada capítulo (e.g. el primer capítulo es “Rojo”) no tiene ninguna justificación en especial, y pareciera que fueron asignados arbitrariamente (la excepción es el naranja, que se asocia siempre con la economía de la innovación). Aunque el autor habla de que lo escribió para que su lectura fuera una excursión, *Economía en colores* se puede leer en desorden, según el tema de cada capítulo.

El tono que maneja Sala-i-Martin es jocoso y divertido, con un deliberado intento de mostrarse optimista. Ni siquiera la tesis lúgubre de moda, de una desigualdad mundial que crece sin parar (Piketty, 2014), amilana el optimismo del autor de *Economía en colores*. En cambio, a lo largo del libro se hace énfasis en la innovación y el comercio como medidas liberadoras que contrarrestan la opresora escasez económica.

En las historias y metáforas que sostienen las explicaciones de cada capítulo hay una sensación de progresión lineal: en el comienzo de los tiempos los seres humanos partieron de abajo y, a medida que la civilización transcurre, se produjo una tendencia a progresar. El bienestar material que trae consigo el cambio tecnológico irriga los hogares y se traduce en bienestar general y felicidad. Por ejemplo, en la historia de Mansa Musa, el primer archimillonario de quien se tiene registro, Sala-i-Martin concluye (en una comparación anacrónica) que hoy vivimos con estándares más altos: “La paradoja es que todo lo que no tenía el hombre supuestamente más rico de la historia lo tenemos al alcance cada uno de nosotros, los trabajadores de cualquier país medianamente rico” (p. 25).

El hombre es proyectado en esta obra como un artífice inteligente que está en control de su destino. No hay cabida para los traspies de las guerras ni para la arbitrariedad de la naturaleza en explicar los avances y retrocesos de la civilización. En Diamond (1999), en cambio, se da un mejor balance al dar mayor protagonismo a las explicaciones de la geografía, como cuando se examina por qué la domesticación de las plantas ocurrió primero en las zonas de las primeras civilizaciones, una ventaja innegable.

En la apresurada incursión de Sala-i-Martin por la historia de la civilización (capítulo dos), sin embargo, la importancia del determinismo geográfico es minimizada: “Es posible que la domesticación de plantas y animales no fuera una idea voluntaria... seguramente fueron las circunstancias lo que les obligó a cultivar la tierra...”

Quienes hemos enseñado economía sabemos que el tema campeón en monotonía es el de la teoría del productor. Sala-i-Martin aborda este gris tema sin detenerse en la caja negra de las funciones de producción ni en los estériles ejercicios de sustituir trabajo y capital hasta llegar a tangencias de isocuantas.

El énfasis del capítulo tres es que son las ideas y la innovación las que están por encima de las funciones de producción tradicionales. Los ejemplos de este capítulo son llamativos, yendo desde el Barcelona FC hasta Starbucks. Mientras los productores en los libros de texto tradicionales están restringidos por los recursos escasos, los innovadores reseñados en este capítulo "...son buenos observadores, conectan ideas, buscan perspectivas alternativas, experimentan...".

Luego de una incursión en la que critica la rigidez de los sistemas educativos, en el capítulo quinto pasa a explicar el origen y funciones del dinero. Es una buena idea ilustrar el dinero como símbolo de la confianza de las transacciones. Así se deshace de la idea mercantilista de la acumulación de dinero como objetivo *per se*, y se explica el valor del dinero digital: "Y todos aceptamos ser pagados electrónicamente porque pensamos que otros van a hacer lo mismo cuando seamos nosotros los que vayamos a comprar".

Los capítulos seis y siete tratan sobre las bolsas de valores y el mundo de la cooperación, respectivamente. Las anécdotas se usan en esta parte más para divertir que para ilustrar conceptos profundos. En el capítulo siete se promueve el uso de "mecanismos tipo Tripadvisor", para señalar "lo que dicen directamente los clientes". Aunque luce como investigación original y no es un resultado demostrado, parece un mecanismo convincente para corregir fallas de mercado y empoderar a los consumidores.

Por la lucidez con que aborda temas complejos de la economía, esta obra es de mucha utilidad no solo para el público general sino también para estudiantes de primeros semestres de economía y carreras afines. El énfasis en la innovación empresarial y la fe en la libertad económica diferencian a este libro de los demás de su género. Con *Economía liberal para no economistas y no liberales* conforma una colección coherente y valiosa para la enseñanza de la economía. Sin embargo, entregar el conocimiento económico en unas pocas píldoras provocativas (estrategia que también intenta el popular *Freakonomics*) dista de poder reemplazar una sólida educación formal en economía y humanidades.

ROBERTO FORTICH MESA
Universidad Tecnológica de Bolívar

REFERENCIAS

- Diamond, Jared (1999), *Guns, Germs, and Steel: The Fates of Human Societies*, New York: W.W. Norton & Company.
- Levitt, Steven, and Stephen Dubner (2009), *Freakonomics: A Rogue Economist Explores the Hidden Side of Everything*, New York: William Morrow.
- Piketty, Thomas (2014), *Capital in the Twenty First Century*, Cambridge, Mass.: Belknap Press.
- Sala-i-Martin, Xavier (2005), *Economía liberal para no economistas y no liberales*, Barcelona: Random House Mondadori.