

ISBN 978-84-9925-162-2.

He tenido la oportunidad de seguir los trabajos del Dr. Guitián desde el inicio de su labor académica en la Facultad de Teología de la Universidad de Navarra. A su formación teológica une un grado en economía y un gran interés por la Doctrina Social de la Iglesia sobre la economía y, sobre todo, la empresa. Este libro toma como fuente su producción en los últimos ocho años. No siempre es fácil encontrar un hilo conductor que dé unidad a un libro partiendo de trabajos escritos a lo largo de varios años y, con frecuencia, respondiendo a distintas convocatorias. En este caso se adivina que la idea conductora es que la empresa es una institución mediadora y que la clave de esta mediación es el servicio. A esos dos conceptos dedica los dos primeros capítulos de la obra, que me han parecido los más interesantes, sin desmerecer los demás. La mediación se relaciona con el principio de subsidiaridad (Capítulo 3), con la sostenibilidad (Capítulo 4) y con la relación empresa-familia (Capítulo 5). Se pregunta también si caben instituciones mediadoras en el sistema financiero actual (Capítulo 7). Las virtudes encuentran un lugar destacado para una buena gestión de la empresa, con particular énfasis en la prudencia (Capítulo 6) y en las virtudes implícitas en el servicio (Capítulo 2).

La idea de que la empresa ha de ser considerada como una institución media-

dora no es nueva. Timothy Fort, a quien el autor cita adecuadamente, ya lo trató, pero sí es innovador al afirmar que la clave de tal mediación es el servicio. Otra nota a destacar es el fructífero diálogo que el autor establece entre la doctrina social y el mundo académico de la ética empresarial, así como con ciertas aportaciones de la filosofía social. Entre estas últimas, destaca el rescate y revalorización de las estructuras de mediación entre el individuo y el estado (Neuhaus y Berger) que, aplicadas a la empresa, ayudan a superar la visión atomista de la sociedad y la visión de la empresa como una entidad autónoma y sin ninguna vinculación social más allá del cumplimiento de leyes y contratos. También es de notar la abundancia de casos de empresas que ilustran la exposición.

En resumen, se trata de un libro que viene a cubrir una importante laguna en la bibliografía de doctrina social de la Iglesia sobre la empresa y que no dudaría en recomendar como una buena aportación. Respecto al título, tiene atractivo: «apostar por el servicio», pero lo que presenta es bastante más que una apuesta: es una cuidadosa elaboración que, en todo caso, hace que la apuesta se asiente sobre bases muy sólidas.

Domènec MELÉ