



Por un mercado con memoria humana

Descripción

Comenzaré registrando un hecho. Vivimos momentos de descrédito para las humanidades. Desde hace bastantes años, se observa en las reformas educativas de España y de otros países occidentales una tendencia a dejar en un plano secundario la enseñanza de las humanidades y a privilegiar las enseñanzas técnicas.

Es lógico que sea así. Parece acorde con los tiempos que vivimos. Y por eso, probablemente la situación será semejante en el futuro próximo. Hay momentos en los que aparecen signos de una inversión en esta tendencia, pero son señales débiles que apenas destacan ante el empuje formidable de los estudios técnicos.

Repito: es lógico que así sea. Hay más de una razón para que las cosas sucedan de esta manera. Aquí desearía fijarme en una de esas causas que, en mi opinión, resultan determinantes en este proceso de abandono de las humanidades. Me refiero al mercado, a la hegemonía del mercado en la vida de los hombres. Pienso que el auge del mercado tiene relación directa con el desprestigio de las humanidades.

La sociedad efectivamente está regida en gran medida por el mercado. La prueba más inmediata es que necesitamos dinero para todo. Para casarse hace falta dinero. Para atender a los padres hace falta dinero. Para que nazca un hijo. Para enterrar a las personas queridas. Para educar a los hijos. Incluso para que jueguen. Para todo. Los acontecimientos más sencillos y los más sublimes de la vida humana están determinados por el dinero.

Quizá podría ser de otra manera. Quizá no. Pero el hecho cierto es que es así. Y además las ventajas del mercado están a la vista. La crisis del comunismo y, en general, de la economía colectivista, ha reforzado la fe en la bondad del mercado, de manera que hoy son pocos los que se atreven a criticar su eficacia en la gestión de los recursos.

Pero el mercado no solo es alabado por su eficacia, sino también porque se trata de una forma eminentemente libre de articular las relaciones sociales. Mercado -se suele decir con cierta razón- es libertad. Efectivamente, la libertad en la propiedad, en la producción y en el consumo de bienes sin duda son aspectos centrales de la libertad humana, por lo que se puede considerar al mercado como uno de los pilares más firmes de las libertades en la sociedad actual.

Las ventajas del mercado son patentes. Por eso, resulta razonable que su presencia sea profunda y amplia en nuestras vidas. Y por eso, se entiende que el mercado esté también presente en la

educación: en los planes de estudio, en los proyectos del gobierno, en las instituciones educativas, en colegios y universidades, etc. Es una manera eficaz de administrar los recursos invertidos en educación.

El mercado, en consecuencia, tiene un claro valor humanista: no es de poca importancia para los hombres una institución como el mercado, que supone de manera constante una afirmación de la libertad.

El desdén del mercado hacia las humanidades

¿Por qué, entonces, atribuir al mercado una cierta responsabilidad del abandono social de las humanidades? Parecería, más bien, que es una institución de probado valor humanista y, desde luego, una eficaz alianza para todo proyecto educativo.

Por supuesto, el estudio de las humanidades no es, ni puede ser, un objetivo inmediato del mercado. Las humanidades no son útiles a corto, ni siquiera a medio plazo. Algunos, por eso, creen que invertir en los estudios humanísticos supone un despilfarro negligente. En especial, en momentos de crisis. Desde luego, así no se incrementan los beneficios contables de ninguna empresa. Ni se fomenta la especialización, sino las generalidades. Y además, quienes se ocupan de las humanidades suelen ser reticentes a que se instrumentalicen sus conocimientos en aras de un buen negocio.

En resumen, los estudios humanísticos son una cierta extravagancia dentro de nuestra sociedad. Únicamente por una cierta inercia y por una confusa moda, los llamados intelectuales conservan un cierto halo de prestigio y autoridad. Hoy se reclaman utilidades y la formación humanística ofrece solamente un vago atractivo, ajeno al mercado.

Sin embargo, hay algo confuso en estos razonamientos. En realidad, el mercado sí necesita de las humanidades. Y precisamente la pujanza del mercado exige -hoy en particular- una dedicación mayor a las humanidades.

En el mercado hay una condición para que alguien se enriquezca: ha de satisfacer los gustos de los consumidores. En esto el mercado es profundamente democrático: el mercado se regula por las preferencias de la gente, del pueblo o, si se prefiere, del público. Un fabricante puede tratar de modificar los gustos de la gente. Y a veces lo consigue. Pero, lo consiga o no, al final el comprador es quien soberanamente decide si quiere ese producto o no.

En este sentido, el mercado carece de valores. Fuera de la libertad, el mercado es indiferente a unos valores u otros. Lo que le interesa, eso sí, es qué valor da el público a unas cosas y a otras. Si ahora a las mujeres les gusta estar delgadas, adelante: fabriquemos adelgazantes. Pero si prefirieran estar gordas, inmediatamente habría que vender engordantes.

El mercado, por decirlo así, es ciego respecto al valor de las cosas en sí mismas. O por lo menos no lo tiene en cuenta. Le da igual lo que las cosas valgan en sí mismas. Lo que le importa es lo que el público valore. El mercado igual puede ser mercado de esclavos que feria de ganado, tráfico de drogas que mercado de arte, trata de blancas que mercado de trabajo. El mercado no tiene más preferencias que las que satisfacen al público.

En consecuencia, la orientación del mercado está definida por un objetivo: satisfacer los gustos de los consumidores, sean los que sean. Así se alcanza el éxito deseado, los beneficios soñados. El

bienestar de los consumidores solo tiene un valor instrumental: el fin es el éxito del negocio.

Los gustos de los consumidores, sin embargo, cambian. Por eso los precios cambian. Y, en parte también por eso, los fabricantes innovan constantemente. Novedades. Innovación. Creatividad. Lo último. Son palabras típicas del mercado. Que a los hombres nos gustan las variaciones es algo sabido. Por eso, los fabricantes proponen una y otra vez innovaciones con ánimo de ganar el gusto del público.

Lo terrible es que esa creatividad va frecuentemente acompañada de destrucción. Cuando unas modas aparecen, otras desaparecen. La aparición de nuevos valores supone frecuentemente la destrucción de los antiguos. Sin duda, puede suceder que se conserve en esa destrucción algo positivo de lo anterior. Puede ser que surja un nuevo producto que añada el valor de lo nuevo al valor de lo antiguo en una síntesis mejoradora, a la manera de la *Aufhebung* hegeliana, tan querida por Schumpeter. Pero también puede suceder que lo nuevo desplace sin mayores contemplaciones a lo viejo, simplemente por viejo.

Quizá los hombres -y en particular los fabricantes y los consumidores- seguimos un impulso inconsciente que nos lleva a un mejoramiento progresivo. Quizá el mercado se autocorriga a sí mismo, según un proceso de retroalimentación constante. Pero se trata de hipótesis discutibles y difícilmente verificables. Por eso, probable mente sea preferible no fiarse demasiado de esos impulsos inconscientes de mejoramiento, y tratar deliberada y conscientemente de vigilar el mercado, para evitar que determinados valores se arruinen, simplemente porque al público le gustan más otros.

Sería realmente tenebroso que el mercado nos llevara a destruir -o al menos a menospreciar- muchos bienes y valores realmente importantes para los hombres. El mercado, por sí mismo, nada puede hacer ante esa eventualidad. No es su misión. No está para eso. El mercado es indiferente a qué debe destruirse y a qué debe crearse. Precisamente porque se asienta sobre la afirmación exclusiva de la libertad.

No obstante, lo que para el mercado es indiferente, para las personas concretas no lo es. Nosotros - simples consumidores o empresarios relevantes, da igual-, podemos realmente proteger y difundir determinados bienes en el mercado, precisamente por creer que son bienes verdaderamente buenos.

La educación y el valor de los bienes del mercado

Pues bien, la educación consiste exactamente en esto. En proteger, en defender, en difundir unos valores. En fomentar unos bienes que se consideran realmente valiosos. El mercado no lo hace, ni lo puede hacer, pero la educación sí. La educación es una tarea eminentemente ética, en el sentido de que supone la transmisión de unos bienes.

Si el mercado se ocupa de la producción de bienes, la educación se centra en la custodia de bienes. La educación es una tarea típicamente conservadora. La bondad del mercado reside en la creación de riqueza, mientras que la bondad de la educación estriba en salvar unos bienes ya poseídos.

¿Por qué se enseña matemáticas? Porque se supone que son valiosas. Habrá quien rechace el valor de las matemáticas, y por eso huirá de su aprendizaje. Más aún, tratará de que sus hijos no aprendan matemáticas porque le parecen despreciables. No pondrá ningún esfuerzo en defender las matemáticas sino que, por el contrario, las condenará al olvido. El desprecio conduce al olvido más que a la polémica. No obstante, hoy pocas personas piensan así y, por eso, los proyectos educativos

incluyen la enseñanza de las matemáticas. A la inmensa mayoría nos parece que las matemáticas son valiosas, aunque a los estudiantes en ocasiones no les gusten. Y por eso las defendemos, las protegemos frente al olvido.

Lo que digo de las matemáticas vale igualmente para otros saberes y técnicas, como las ciencias jurídicas, la ingeniería, la lengua o la historia. Los hombres disponemos de unos bienes, que han sido logrados después de inmensos y continuados esfuerzos de la humanidad. En concreto, el saber es un bien que es preciso defender.

¿Por qué defender la ciencia y la técnica? Porque son bienes para el hombre. Mejoran la vida de los hombres. Protegerlas es proteger al hombre. Éste es el punto que es necesario recordar en una sociedad mercantilizada como la nuestra. Hay unos valores que deben orientar la actividad del mercado y que se concretan de un modo simplista en lo que se suele llamar dignidad humana. La dignidad del hombre no es algo para comprar y vender en el mercado, sino para ser defendida. Hoy resulta trivial hablar de la dignidad del hombre, pero por eso mismo es importante recordarlo.

El mercado no tiene presente más que algunos aspectos de la dignidad humana: por una parte, la producción de riqueza y el consiguiente bienestar que mejora las condiciones de la vida humana; por otra parte, la libertad económica, entendida como libertad de competencia y como defensa de la propiedad privada. Ciertamente son puntos importantes, pero no los únicos que constituyen la dignidad del hombre. La tortura o la esclavitud, por ejemplo, son atentados contra la dignidad de la persona y no afectan directamente al mercado.

Precisamente por su unilateralidad, una sociedad mercantilizada es una sociedad olvidadiza respecto al valor del hombre. Olvidadiza significa que puede olvidar con facilidad lo valioso para el hombre. No porque rechace esos bienes, sino porque no es su misión protegerlos. Y por eso, la educación acerca del valor del hombre y de los bienes del hombre constituye hoy más que nunca una necesidad urgente.

Educar propiamente consiste en enseñar al hombre quién es. O más propiamente, quién creemos que el hombre es. Educación y humanismo, en rigor, son una y la misma cosa. Una educación especializada, en el sentido de fragmentada y parcial, es una mala educación. La educación ha de aspirar siempre a una visión unitaria de las realidades humanas.

En una sociedad regida por el mercado, una educación humanista es ineludible. Porque el mercado fomenta la segmentación de tareas y la fragmentación de los conocimientos y, en consecuencia, cada hombre solo conoce algunos bienes parciales, pero no el bien del hombre en su conjunto. Desconocer la unidad de los bienes es fuente de inmoralidad y corrupción. Los bienes se hacen males por desorden. En rigor, el mal no existe. El mal no es más que un bien pequeño, que impide bienes mayores. Cuando, por ejemplo, se antepone el placer de la droga a la salud corporal, el placer de la droga se convierte en un mal. Pero no porque el placer de la droga sea malo en sí, sino porque destruye un bien supuestamente mayor.

Por eso es tan importante una percepción integrada de los bienes. Porque solo se capta el valor de un bien cuando se lo compara con los demás bienes. Y por eso, cuando los bienes están muy fragmentados -como en nuestra sociedad-, se vuelve perentorio fijarse en el conjunto de los bienes del hombre. El humanismo se convierte en una necesidad.

No solo la fragmentación, el olvido es el problema

Pero, en cualquier caso, el problema mayor no es tanto la fragmentación como el olvido. El peligro está en solo mirar al futuro. Ciertamente, el empresario ha de actuar así: mirando al futuro.

Proyectando empresas que se realizarán en el futuro. El tiempo del empresario es el futuro. Los negocios fructificarán más adelante: invertir ahora para que después haya beneficios.

En este sentido, el empresario es el símbolo de la modernidad. Alguien que cree en el futuro, en el trabajo, en la libertad y en la creatividad del individuo humano. Para un empresario el pasado no tiene especial importancia. Ni incluso el presente, si no es como trampolín para el futuro. Por eso, el empresario, como en general el mercado, es olvidadizo.

El empresario encarna los ideales más dispares de la cultura moderna: la *virtu* de Maquiavelo, el pragmatismo anglosajón, la razón práctica kantiana, la praxis marxista o la voluntad de poder nietzscheana. Y como decía Fukuyama, el Estado hegeliano no está lejos de una sociedad capitalista regida por el mercado. Los aspectos aparentemente más contradictorios de la modernidad se encarnan armoniosamente en la figura del empresario actual. En el empresario se materializan los valores de la libertad, el poder, el trabajo, la riqueza y el progreso, de un modo rotundo.

No se trata de cuestionar el valor de la modernidad. Al contrario, muchos bienes los hemos logrado gracias al impulso de la modernidad y al trabajo empresarial. Y hay que confiar en que el progreso continúe. Pero debemos defendernos frente al olvido. Y en particular frente al olvido del valor del hombre, que es, paradójicamente, el gran valor moderno. Es necesario un esfuerzo continuado de memoria.

Y para conseguirlo se requiere educación y, en particular, una educación humanista. La educación, propiamente, no es más que una de las formas de la cultura. Cultura significa cultivo, atención cuidadosa de algo que merece un trato esmerado, justamente por su valor. Y la educación no es más que un aspecto de ese trato cuidadoso que los hombres de cualquier época han dado a sus bienes más preciados. Incluso para proteger al mercado, se requieren las humanidades: porque solo desde una visión general de los bienes cabe valorar el mercado como algo valioso que merece ser defendido.

Si el empresario y el mercado miran hacia adelante, la educación y la cultura miran hacia atrás. La cultura, por decirlo así, es conservadora. No es una etiqueta política, sino una definición esencial de la cultura. Allí donde hay cultura, existe un tesoro que defender. Si alguien piensa que no tiene nada que custodiar, si alguien piensa que no posee nada valioso, entonces sin duda no es culto: no tiene nada que cuidar. Si una sociedad considera que lo que tiene nada vale, entonces será una sociedad inculta. Quizá sea una sociedad trabajadora, productiva, empeñada en alcanzar determinados bienes y satisfacer determinadas aspiraciones: será muchas cosas, pero no culta.

La cultura rememorante

La cultura, repito, es una cuestión de memoria, de recuerdo: de cuidado. Y no cabe duda de que entre los bienes más preciados de que disponemos se encuentra el saber: la ciencia, la técnica, los conocimientos, la información. Desde que Daniel Bell publicó *El advenimiento de la sociedad postindustrial*, es un lugar común aludir a la nueva sociedad del futuro como una sociedad de la información y del conocimiento. A nadie hoy se le escapa que el recurso principal de un hombre, de una empresa o de una sociedad es el conocimiento. Sin conocimientos, el hombre es un animal más. Incluso peor que muchos animales. La fuerza del hombre son sus conocimientos. También la fuerza de una sociedad reside en su cultura y su educación.

A lo largo de la historia, han aparecido niños o adolescentes que habían crecido en los bosques,

rodeados de animales salvajes, y que habían logrado sobrevivir. Su estado era penoso. Basta recordar el informe de Jean Itard acerca de Victor de l'Aveyron, difundido en el cine por la película de Truffaut, para hacerse cargo de la miseria de un hombre sin educación.

Un hombre sin cultura es un animal salvaje. Las hipótesis de Rousseau se han comprobado falsas. Y no podemos olvidar que, en una época ya lejana, la vida de la humanidad era realmente salvaje. Mucho hemos mejorado desde entonces. Ha habido -y posiblemente, por desgracia, volverá a haber- etapas de retroceso en la historia de la humanidad, pero lentamente hemos logrado atesorar un caudal de riquezas, cifradas en conocimientos. Esas épocas de retroceso han sido simplemente tiempos en los que los hombres se han vuelto desmemoriados.

Después del Imperio romano, por ejemplo, casi nadie sabía griego; y al perder el idioma, los hombres perdieron también toda la información escrita en griego. Perdieron posibilidades de enriquecimiento, posibilidades de diversión, posibilidades técnicas. Problemas de ingeniería o arquitectura ya resueltos se volvieron insolubles. Descubrimientos astronómicos o filosóficos quedaron oscurecidos. Y desde luego se olvidó, quizá para siempre, la memoria de los tiempos pasados.

El humanismo renacentista fue sobre todo una época de memoria. De volver a recordar lo olvidado. Y una de las primeras medidas que tomaron aquellos humanistas para poder recordar fue simplemente volver a estudiar la lengua griega. Con esta sencilla medida recuperaron tesoros inmensos de información. Es como si en un futuro se perdieran -por descuido, por desinterés, por una catástrofe, por lo que sea-, se olvidaran los lenguajes informáticos. Al olvidar el lenguaje, perderíamos de golpe una valiosísima información. Y si unos siglos después lográramos recuperar esos lenguajes, entonces sin duda habríamos salvado un inmenso tesoro.

El lenguaje es uno de los pilares de la cultura y de la educación. Sin lenguaje no hay comunicación. El vínculo entre las generaciones se establece en gran medida por obra del lenguaje. Es lo que une a padres y a hijos, a unos siglos con otros, a unas épocas con otras. Si el lenguaje se deteriora, es como una red rota, que se vuelve incapaz de conservar lo ganado. La cultura es inviable sin lenguaje porque todo cuidado se vuelve ineficaz y precario. Por eso, la educación siempre ha dado una gran importancia al estudio del lenguaje: lenguas vivas y muertas, de uso ordinario o de uso científico, lenguas propias y extranjeras ... En general, el lenguaje es la base de la cultura y, en esa medida, la fuente de la riqueza.

Pero no solo el lenguaje. Realmente disponemos de otras muchas riquezas que podemos olvidar. Sobre todo, podemos desatender el valor que tiene el hombre y, en especial, el valor de los otros hombres: el valor de los extranjeros, de los miserables, de los no nacidos, de los enemigos, de los moribundos, de los imbéciles. Podemos olvidar que valen mucho. Y al no prestar atención a su valor, podemos tratarlos con menosprecio e incluso llegar a aniquilarlos.

Educación, arte y religión

La cultura y la educación tienen un tesoro principal que cuidar: el hombre. Y con el hombre, los bienes del hombre. Puede parecer obvio, pero en absoluto lo es. No lo ha sido en otras épocas y tampoco lo es hoy. Porque se trata de conocimiento. Y el conocimiento se deforma con facilidad cuando no se protege. A veces, incluso, nuestros impulsos nos excitan hacia la destrucción. La indiferencia, el rencor, la venganza o el odio son manifestaciones normales de la vida humana.

Proteger nuestro conocimiento acerca del hombre y de sus bienes es una tarea trabajosa. Resulta un

tanto paradójico que, siendo nosotros hombres, sea tan difícil conocernos. Pero es una experiencia tan antigua y universal que hay que aceptarla como una triste limitación. El hombre solo con esfuerzo descubre quién es. Y ordinariamente solo de manera oscura y fragmentaria.

El hombre, por ejemplo, piensa y razona casi de continuo. Y, sin embargo, llevamos milenios preguntándonos qué es la inteligencia humana. Utilizamos el lenguaje y no sabemos qué es el lenguaje. Actuamos libremente y la libertad es un enigma lleno de misterio. Tenemos un cuerpo y desconocemos buena parte de su funcionamiento. Somos hombres y no sabemos qué somos. Ignoramos los límites y la profundidad de nuestro ser.

Sin duda es paradójica la condición del hombre, que ignora tanto sobre sí mismo. Parecería a simple vista algo sencillo: un mero reconocimiento. Pero la experiencia es demasiado patente como para ser ingenuos. Una imagen cierta de nosotros mismos y de los demás hombres es una meta muy lejana.

Por eso, los más pequeños hallazgos acerca del hombre son luces esplendorosas que no se deben apagar. Y de manera especial, cualquier descubrimiento de un bien es para el hombre una conquista de importancia. Una imagen no ya verdadera, sino simplemente verosímil del hombre, saber cuáles pueden ser sus bienes y cómo lograrlos, son conocimientos, grandes tesoros que interesa custodiar.

Porque aunque nuestra ignorancia sea enorme, sí sabemos muchas cosas acerca del hombre y de sus bienes. Por ejemplo, el vestido y la música, el dinero y el fuego, la comida y la bebida, los números y las letras son hitos que recorren la evolución de la humanidad y que pertenecen a ese gran tesoro que es preciso custodiar.

La educación es simplemente el esfuerzo cultural por conservar, por custodiar estos bienes. Y de la manera más eficaz: procurando que los posean nuevamente otras personas. Un educador, por eso, es alguien que tiene una visión del hombre y de los bienes del hombre, y que empeña su vida en salvar esos conocimientos. En salvarlos del olvido.

Es obvio que cada uno de nosotros tiene su propia opinión acerca de qué es el hombre y de cuáles son sus bienes. Pero la pluralidad de opiniones no nos exime del esfuerzo por proteger aquellos bienes que cada cual considera como tales. Por ejemplo, si a alguien le da igual la libertad que la tiranía, es lógico que sea indiferente a la defensa de la libertad; pero si piensa que la libertad es un gran bien, entonces es razonable que ponga su empeño en que se respete, se proteja la libertad.

En este sentido, la educación tiene mucha semejanza con el arte y con la religión. Todos ellos son expresión de cultura. En los tres casos alguien posee la convicción de que se posee algo valioso que merece ser custodiado, cultivado. No en vano la religión comporta un culto. Es decir, la religión se expresa mediante el cuidado, el cultivo de una fe, mediante un conjunto de ritos y ceremonias.

La educación implica igualmente un culto. Es, de algún modo, el reconocimiento de la condición humana. La educación es afirmar una y otra vez la existencia de unos bienes: proclamar, cantar que hay algo valioso que merece ser conservado por las próximas generaciones.

Con el arte sucede algo similar. Se insiste frecuentemente en que el artista es un creador. Y sin duda es así. La creatividad es una cualidad esencial que define al artista. Ha de producir algo nuevo mediante la transformación de una materia: colores, líneas, volúmenes, pesos, texturas, sonidos, movimientos ... La obra de arte ciertamente es una creación nueva.

Pero el artista es más que un creador. Antes de crear, ha tenido que escuchar y que mirar. Antes de crear, la mirada del artista ha descubierto algo valioso que merecía ser recordado. El artista crea una

obra de arte para salvar una belleza que corría riesgo de perderse en el olvido. Un rostro y una sonrisa, por ejemplo, que podían desaparecer en el mar del tiempo, son rescatados por el pintor al plasmarlos en un lienzo. La creación es solo la expresión del empeño por salvar del olvido unas formas, unas emociones, una vida.

Es bien sabido que los griegos decían que las musas eran hijas de la memoria, de *Mnemosine*. La creación es hija de la memoria. Hay que producir, crear. Pero desde la memoria de lo valioso. Si la memoria consiste en un coleccionismo avaro de antiguallas, como decía Nietzsche, entonces la memoria es un lastre. Pero si la memoria se orienta al futuro, entonces es fuente de riqueza.

El artista ha escuchado algo importante que merece ser retenido, que no debe perderse. Ha descubierto lo importante y no quiere olvidarlo: por su belleza, por su verdad, por su bondad, por su sublimidad, por su presencia terrible, por su significación, por lo que sea. En cualquier caso, es algo relevante y, por tanto, ha de ser recordado. Ya no solo el arte: todo discurso se articula en torno a lo relevante.

El arte no es solo una alabanza, un canto, sino también un llanto que dice lo terrible o un grito de indignación. Pero en cualquier caso, es un recuerdo de algo que los hombres -al menos, el artista- quieren recordar. Es algo que afecta de una manera importante al hombre y, por consiguiente, no puede caer en el olvido. La creación del artista no es azarosa o casual, sino hija de la memoria.

De la misma manera, la educación, como las musas, es hija de la memoria. El educador es como el artista: ha descubierto lo importante y lo dice. Y trabaja para que se recuerde. Su obra de arte no es, sin embargo, un bloque de piedra o unos sonidos, sino las personas de carne y hueso a quienes enseña. El educador trabaja sobre hombres. Y por eso, su arte es superior al del pintor o el músico, aunque no sea siempre fácil de contemplar su obra.

El mercado ofrece inmensas posibilidades de futuro a nuestra sociedad. Pero su eficacia ha de ser dirigida por la memoria. Por eso, una educación humanista, una educación acerca del valor del hombre y del conjunto de los bienes del hombre no ha de ser considerada una carga adicional o un coste superfluo, sino el único modo de orientar el futuro.

Fecha de creación

29/01/1997

Autor

Jesús de Garay