



FACULTAD DE DERECHO
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

CEREMONIA DE INAUGURACIÓN DEL AÑO ACADÉMICO DE LA FACULTAD DE DERECHO

2024

LUNES 22 DE ABRIL DE 2024

| *Invitado de Honor*
| *Tihamér Tóth*



FACULTAD DE DERECHO
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

CEREMONIA DE INAUGURACIÓN
DEL AÑO ACADÉMICO 2024
DE LA FACULTAD DE DERECHO

INVITADO DE HONOR
TIHAMÉR TÓTH

LUNES 22 DE ABRIL DE 2024

Programa de la ceremonia:

- Himno Nacional
- Palabras del Decano
- Conferencia inaugural dictada por el profesor Tihamér Tóth, de la Universidad Católica Pázmány Péter, Hungría:

"¿Pueden las economías de mercado sobrevivir sin virtudes y justicia?"

ESP ▶

"Can market economies survive without virtues and justice?"

ENG ▶

- Interludio musical

*"Salve Regina" y "Qui seminant in lacrimis (del salmo 125)" del compositor húngaro Franz Liszt
Intérpretes: Octeto del Coro de Estudiantes UC*

- Premios Profesores
- Premio Celia Pérez Matus
- Premio Extraordinario José Clemente Fabres
- Premios Alumnos
- Himno de la Pontificia Universidad Católica de Chile



Tihamér Tóth

Tihamér Tóth nació en 1971 en Zalaegerszeg (Hungria). Estudió derecho en la Universidad de Szeged, Hungría, licenciándose en 1994. En esa misma universidad continuó sus estudios de doctorado, defendiendo su tesis de derecho en 2001.

En 1994 comenzó su carrera profesional como jurista en la Oficina de Asuntos Europeos, integrada, sucesivamente, en el Ministerio de Relaciones Económicas Internacionales, en el Ministerio de Industria y Comercio y en el Ministerio de Asuntos Exteriores. Entre 1997 y 2001 ocupó el cargo de gestor de expedientes en la Oficina Internacional de la Autoridad Húngara de Defensa de la Competencia, transformándose en miembro en 2001 y asumiendo entre los años 2003 y 2009 como presidente del Consejo de Defensa de la Competencia. Durante este último período, desempeñó el cargo de vicepresidente de la Autoridad Húngara de Defensa de la Competencia.

Entre 2009 y 2022 ejerció la profesión de abogado, centrándose en materias de derecho de la competencia. A partir de 1999, inició su carrera docente en la Universidad Católica Pázmány Péter, Hungría. Entre 2010 y 2013 asumió como vicedecano responsable de investigación y relaciones internacionales; de 2013 a 2014, de asuntos estudiantiles, y, desde 2015, de relaciones internacionales.

El Sr. Tóth fue nombrado profesor titular de dicha universidad en 2018. Es autor de numerosas obras y publicaciones en materia de derecho de la competencia.

El 6 de julio de 2022 fue nombrado Juez del Tribunal de Justicia de la Unión Europea.

¿Pueden las economías de mercado sobrevivir sin virtudes y justicia?

Tihamér Tóth

22 de Abril de 2024

La ceremonia de hoy es una magnífica oportunidad para hacernos conscientes que, aunque existen diferentes formas de vivir la vida, todos transitamos por el mismo camino. Hay, sin embargo, muchas paradas, muchos destinos. Hay muchas maneras de caminar en el camino de la vida. Algunos van directamente hacia su destino, mientras que otros no están seguros de su objetivo. Algunas personas se centran en sí mismas en la carretera, mientras que otros quieren llegar a la línea final junto con otros caminantes. Algunos dicen que podrías y deberías hacer todo lo posible para alcanzar tu objetivo, otros afirman que es la forma en la que caminamos lo que cuenta: el fin no justifica los medios.

Como abogados jóvenes, hay una variedad de objetivos y carreras profesionales disponibles para vosotros. Una vez finalizados los estudios, podéis convertirlos en abogado, juez, fiscal en defensa del orden público, profesor de derecho, o funcionario de interés público. Podéis trabajar para una empresa como asesor jurídico. Sea cual sea la vía jurídica a la que accedáis, tendrán que cooperar y competir con otros. Lo mismo puede decirse de vuestros

estudios en esta universidad. Podéis desear o rechazar la competencia, pero formará parte de vuestra vida profesional y privada.

Por lo tanto, se trata de una cuestión crucial: ¿cómo puedo competir para alcanzar mi objetivo y, al mismo tiempo, servir al público? Una vez graduado, tendréis que formar parte de la economía de mercado de Chile y, en un contexto mayor, de Sudamérica. Algunos te dirán: la competencia siempre es nociva, te consume, es igual que la guerra porque saca lo peor de nosotros. Es inherentemente egoísta. Se trata de una divisa implacable: si ganas, otros se perderán. Hace que sea el fuerte, aún más fuerte, y hace al débil aún más vulnerable. Esta argumentación puede llevar fácilmente a la conclusión de que la competencia debe eliminarse de nuestras vidas. Una de estas filosofías, el comunismo, que niega el valor de la libertad de empresa basado en objetivos de beneficio y en la economía de mercado, ha fracasado con creces. Sabemos, por la experiencia, que ésta no es la solución adecuada para el bienestar de las personas. Al mismo tiempo, somos conscientes de que unos mercados absolutamente libres pueden tener consecuencias devastadoras para la mayoría de la sociedad. Debe existir una tercera carretera. Una economía de mercado basada en una competencia virtuosa, con una actividad estatal moderada, pero bien orientada.

Un gran error histórico de políticas económicas neoliberales fue la separación de la economía

de la moral. Quienes transitan este camino viven una doble vida. En su vida económica, en el lugar de trabajo, luchan por sobrevivir o por ganar, a menudo centrándose simplemente en su propio interés. Cuando se encuentran en casa, cambian de cara y actúan, a veces, como buenos cristianos, con arreglo a normas diferentes. A largo plazo, el que sigue dos caminos se pierde y pierde también su humanidad. Como nos recuerda la Biblia: no puede servir a Dios y al dinero al mismo tiempo.

Por lo tanto, se plantea la cuestión siguiente: ¿nuestra fe y valores cristianos, ayudan u obstaculizan nuestra participación en el mercado legal, o en cualquier otra actividad económica? ¿Existe una competencia virtuosa? Como abogado en ejercicio que se ocupa de cuestiones jurídicas, económicas y éticas de la competencia, trataré de dar a vosotros una respuesta positiva. En primer lugar, me gustaría explicar lo que los principios básicos de la enseñanza social católica nos dicen sobre la competencia; en segundo lugar, cómo se relaciona el derecho de la competencia con estos principios y; por último, qué tipo de virtud exige la competencia de las empresas y los consumidores en los mercados.

I.

Algunos de ustedes ya deben haber oído hablar del «secreto mejor conservado» de la Iglesia, su *Doctrina Social de la Iglesia (DSI)*. Estos textos, elaborados por científicos, laicos y eclesiásticos,

empresarios cristianos y, por supuesto, el papa en el cargo, proporcionan directrices prácticas, entre otras cosas, sobre el papel de la competencia y el comportamiento óptimo de los agentes del mercado y del Estado regulador en una economía de mercado. Tengo que admitir que empecé a tomar en serio estas consignas con relativo retraso en mi vida. Les insto a que no cometáis el mismo error.

Es importante darse cuenta de que la DSI no son sueños en el vacío de personas eclesiásticas. De hecho, la gestión empresarial y la legislación modernas están en consonancia con la mayoría de los aspectos de esta enseñanza. La conducta empresarial responsable se ha convertido en esencial, especialmente para las grandes empresas mundiales. La protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible forman parte cada vez más de la ética empresarial. Existe una creciente aceptación de la idea de que los gestores deben maximizar los beneficios de manera que también se tengan en cuenta los diferentes intereses, como el de los trabajadores, proveedores, compradores, comunidad local y, en última instancia, los intereses de las generaciones futuras.

Como sabréis, la DSI moderna comenzó con la encíclica *Rerum Novarum* en 1891, del papa León XIII. Inspirándose en la Biblia, la Iglesia ha elaborado un conjunto de principios que permiten juzgar la actividad empresarial. A finales del siglo 19, el contexto de los peligros del capitalismo del

«laissez faire» y de las ideas comunistas, el objetivo del papa León XIII era dar consejos prácticos, no solo a los católicos o cristianos, sino también a todas las personas con buena voluntad que querían organizar nuestra vida social y económica en consonancia con los valores morales cristianos. La libertad económica, el papel de la propiedad, las relaciones familiares y laborales y los salarios justos han figurado en el orden del día de la DSI, desde el principio. Con el tiempo, otros temas surgieron como los retos del consumismo, la globalización, el rápido desarrollo tecnológico, la protección del medio ambiente y el crecimiento inclusivo.

Para mí, la clave para comprender la DSI es recordar la singular antropología humana de la fe cristiana. Consideramos que la dignidad humana, también en el contexto económico, es crucial porque creemos que los seres humanos son «Imago Dei», «imagen de Dios». Como escribió el poeta húngaro Sándor Reményik: «La cara de Dios está enterrada dentro de mí».

Para nosotros, la dignidad humana incluye el ejercicio de nuestra libertad en un contexto ético y social adecuado. Los mercados libres y la competencia leal se elogian como emanaciones de esta libertad humana. Sin embargo, San Juan Pablo II, el papa polaco que vio el colapso del comunismo en Europa Central y Oriental, advierte en su carta encíclica *de Centessimus annus*: «... cuando el hombre se ve más como un productor o consumidor

de bienes que un sujeto que produce y consume para vivir, la libertad económica pierde su necesaria relación con la persona humana y termina alienando y oprimiéndola». El papa alemán, Benedicto XVI, hablando con los economistas, afirmó que «la economía y las finanzas no existen por sí solas; se trata únicamente de un instrumento o de un medio. Su único fin es la persona humana y el respeto total de su dignidad».

Un elemento importante de la DSI es la promoción de un estilo de vida económico cristiano en lugar de un estilo de vida consumista. San Juan Pablo II señala: «No es un error querer vivir mejor; lo que es erróneo es un estilo de vida que se presume mejor cuando se dirige a «tener» en lugar de «ser», y que quiere tener más, no para ser más, sino para pasar la vida como un fin en sí mismo». En esencia, la DSI pide un cambio continuo en los estilos de vida, especialmente para los creyentes, pero, en última instancia, para todas las personas con buena voluntad. Nuestros objetivos en esta vía incluyen una reducción razonable de nuestro consumo, el uso altruista de nuestra propiedad para el bien común, la promoción del progreso técnico para promover el desarrollo sostenible y que reduzca la brecha entre las clases sociales.

Tengo que admitir que DSI no elogia la competencia ni el capitalismo sin condiciones. A lo largo de la historia hemos presenciado formas de competencia bastante diferentes, algunas de las cuales han

resultado destructivas para la dignidad humana. Entre las dos guerras mundiales, el Papa Pio XI reconoció el «lado oscuro» de la competencia no regulada. En sus encíclica *Quadregesimo anno* observó, con palabras fuertes: «la competencia... es el poder preponderante y una energía violenta que, para beneficiar a las personas, debe ser objeto de fuertes restricciones y de una gestión sensata. Pero no se puede controlar y regular por sí misma».

La gran crisis financiera y económica posterior que comenzó en 2008 no aumentó los partidarios del libre mercado en el Vaticano. La encíclica *Cáritas in Veritate* del Papa Benedicto XVI, exigen un mercado en el que la organización benéfica también sea un elemento orgánico del sistema. Benedicto explica que, en un mundo bipolar de mercado, corregido por las instituciones estatales, se pierde mucho, incluida la solidaridad en las relaciones entre los ciudadanos y las acciones de gratuidad, que no se identifican con el «dar para tener», propio de la lógica de la compraventa, ni con el «dar por deber», propio de la lógica de las intervenciones públicas, que el Estado impone por ley». Benedicto pide a los directivos de empresas que no deben preocuparse únicamente por los intereses de los propietarios, sino que también deben asumir la responsabilidad de todas las demás partes interesadas que contribuyen a la vida de la empresa, entre ellas: los trabajadores, los clientes, los proveedores de diversos elementos de producción y la comunidad de referencia. Aboga por un mercado que permita el libre funcionamiento,

en condiciones de igualdad de oportunidades, de las empresas con fines institucionales diferentes. Además de las empresas privadas con ánimo de lucro y los distintos tipos de empresas públicas, debe haber margen para las entidades comerciales que persigan fines sociales.

Manteniendo mi discurso dentro de los plazos, me gustaría recordar solo algunos mensajes relacionados con el capitalismo y la competencia de nuestro papa actual que representa a vuestro maravilloso continente. La Encíclica del Papa Francisco, que empieza por las palabras «*Laudato si*», generó un gran interés público internacional en 2015, especialmente en lo que se refiere a sus mensajes sobre la exclusión de los pobres y la protección del medio ambiente. Su encíclica *Fratelli tutti*, más reciente, de 2020, extrajo importantes lecciones de la pandemia de COVID-19.

Entre otras cosas, *Fratelli tutti* también analiza si el suministro de todos los productos y servicios es ético y si las expectativas de demanda justifican naturalmente todo tipo de comportamiento empresarial. Sorprendentemente la respuesta es negativa: aunque podrías pensar en ejemplos como drogas, armas, pornografía o juegos de azar, el papa lamenta más bien la especulación financiera destinada a obtener beneficios rápidos y considerables.

La DSI valora el comercio como una actividad humana noble. Es en un mercado caracterizado por la libertad de oportunidades que podemos desarrollar los talentos que Dios nos ha dado. Sin embargo, el papa advierte de que hacer hincapié, en exceso, y disociar las libertades individuales de su contexto social no está en consonancia con la antropología humana. Los derechos individuales son, por supuesto, importantes, pero el bien común impone límites. El Papa Francisco advierte que no es posible alcanzar la paz social basándose únicamente en la lógica del mercado. Critica la religión del neoliberalismo, según la cual el mercado debe resolver todos los problemas. Es cierto que parte de la riqueza puede «chorrear» a los pobres, pero la creciente brecha en materia de bienestar rompe el tejido de la sociedad. La diferencia cada vez mayor entre el 10 % superior y el resto de la sociedad es un problema candente no solo aquí, en América Latina. Las empresas y el estado deben desempeñar sus funciones para lograr una verdadera igualdad de oportunidades.

Las libertades mal interpretadas pueden tener consecuencias perjudiciales no solo para las *empresas*, sino también para los *consumidores*. El papa Francisco señala en *Laudato* que: « Cuando las personas se vuelven autorreferenciales y se aíslan en su propia conciencia, acrecientan su voracidad. Mientras más vacío está el corazón de la persona, más necesita objetos para comprar, poseer y consumir». La enseñanza eclesial muestra que las personas

tienen una responsabilidad moral a la hora de tomar decisiones de consumo. Los movimientos de los consumidores y la presión pública pueden cambiar el comportamiento de las empresas. El papa afirma que «un cambio de estilo de vida [...] es lo que los movimientos de los consumidores consiguen boicotear determinados productos tienen éxito a la hora de cambiar el funcionamiento de las empresas, obligándolas a tener en cuenta su huella ambiental y sus pautas de producción. Cuando la presión social afecta a sus ingresos, es evidente que las empresas tienen que encontrar formas de producir de forma diferente. «La compra es siempre un acto moral — y no meramente económico-».

En *Fratelli tutti*, el papa reconoce la importancia para el desarrollo económico y el aumento de la eficiencia en la medida en que aumentan la prosperidad. Sin embargo, el progreso no puede ser adorado. No todos los avances son positivos. Las nuevas tecnologías son bienvenidas si no solo contribuyen al bienestar de los pocos, sino que contribuyen a combatir la pobreza y a promover la sostenibilidad. En *Laudato si*, el papa Francisco expresa su preocupación porque las economías de escala obliguen a los pequeños propietarios de tierras agrícolas a vender sus tierras porque no pueden conectarse a los mercados regionales y mundiales.

Estos pocos puntos ilustran que la DSI es consciente de los acuciantes retos económicos y sociales de

nuestro tiempo y trata de dar respuestas, también en relación con la estructura de una economía de mercado y uno de sus componentes básicos, una competencia libre, pero regulada.

II.

En la segunda parte, me gustaría debatir brevemente cómo reflejan las normas de competencia estos principios de la DSI.

La política de competencia tiene por objeto garantizar que los agentes del mercado puedan alcanzar su máximo desempeño protegiendo las decisiones empresariales libres y estructuras de mercado sanas, especialmente frente a las acciones unilaterales y colectivas de empresas poderosas. Esto está en consonancia con las expectativas de DSI, conscientes de la importancia de la libertad económica y de los peligros de los mercados que no están regulados.

La protección de la *igualdad de oportunidades* desempeña un papel importante en la política de competencia, especialmente en la Unión Europea. Recordemos las enormes multas impuestas al gigante digital Google por su estrategia de autopreferencia, cuando clasificó los servicios propios por encima de los anuncios de búsqueda de Google, lo que engañaba a los consumidores sobre las mejores correspondencias para sus búsquedas. En otro ámbito del derecho de la competencia de la

Unión Europea, el control de las ayudas estatales, los Estados miembros están guiados para apoyar las inversiones que contribuyen al desarrollo económico de las regiones en vías de desarrollo y a las pequeñas empresas emergentes que se enfrentan a diversas desventajas. La prohibición de los derechos exclusivos concedidos por el Estado a determinadas sociedades contribuye también a crear igualdad de oportunidades. Por ejemplo, la Comisión Europea prohibió a Grecia permitir a una empresa pública de energía adquirir activos nacionales de forma privilegiada en comparación con sus competidores, beneficiándose así de una ventaja competitiva desleal debido a los insumos baratos en el mercado de la electricidad.

Encontramos una serie de leyes y normas de autorregulación motivadas por consideraciones morales. La prohibición de los carteles que persigan es un buen ejemplo. En efecto, los cárteles no consideran los de drogas, sino más bien una colusión secreta entre competidores en general que eliminan o, al menos, reducen la competencia mediante la coordinación de los precios y otras condiciones del mercado. Los carteles, que suelen implicar incrementos de precios injustificados, pueden considerarse una forma de fraude o robo desde un punto de vista moral. No es sorprendente que en muchos países las normas de competencia impongan severas sanciones a los miembros del cartel: en muchos lugares, incluido Chile, los carteles también son delitos punibles con penas privativas de libertad.

Es igualmente fácil explorar contenidos morales en la prohibición del abuso de posición dominante, cuando una empresa poderosa utiliza su poder para excluir del mercado a los competidores más débiles, o cuando explota a sus consumidores a través de precios monopolísticos. Los principios de la DSI sobre el uso óptimo de la propiedad también se reflejan en las normas de competencia, en la medida en que el propietario de un activo o infraestructura esencial está obligado a compartir su propiedad con sus competidores, de modo que los consumidores se beneficien de un mayor número de proveedores de servicios. Del mismo modo, el derecho de la competencia va más allá de la "santidad" de la propiedad cuando la adquisición de una empresa que amenaza con restringir la competencia solo se permite bajo la condición de venta de una determinada fábrica, negocio o incluso empresa, la que debe ser cedida a un competidor de las partes de la concentración, para efectos de mantener la intensidad de la competencia.

Un último ejemplo del solapamiento entre la moral, las actividades del mercado y las normas de competencia. Como sabe, la publicidad es una herramienta importante para la competencia en el mercado. De este modo, las empresas pueden distinguirse de los competidores y llamar la atención de los clientes potenciales sobre la existencia de un producto, características importantes o menos importantes. El comando «no mentir» también se aplica a los anunciantes. No es sorprendente que,

para proteger la competencia leal y los intereses de los consumidores, muchos países penalicen a las empresas que desean vender sus productos utilizando promesas engañosas, medias verdades o incluso agresiones psicológicas. Por lo tanto, cuando se conviertan en abogado, nunca deben anunciarse prometiendo que puede ganar todos los asuntos ante los tribunales.

III.

En la última parte de mi discurso me gustaría decir algunas palabras sobre el papel de las virtudes en la competencia. La competencia en la universidad, la competencia en la profesión jurídica y la competencia en el mercado.

A lo largo de la última década, muchos se han dado cuenta de que el capitalismo basado solo en las eficiencias egoístas y las utilidades, está abocado al fracaso. Por ejemplo, la prestigiosa organización económica OCDE también ha entendido que necesitamos un sistema económico mundial basado en un *crecimiento integrador*. El crecimiento debe distribuirse por igual tanto en las sociedades como a escala mundial, ofreciendo oportunidades no solo al 10 % más rico de la sociedad, sino también a todos. De lo contrario, los crecientes problemas de desigualdad, migraciones y cuestiones medioambientales pueden conducir fácilmente a una explosión social.

Creo que la realización de conceptos tan interesantes como el *crecimiento integrador o inclusivo*, el interés propio objetivo, la búsqueda del bienestar en lugar de deseos puramente materialistas y hedonistas requieren economías de mercado abiertas y competitivas basadas en consumidores y empresas virtuosas.

El problema es que el pensamiento económico neoliberal general, que sigue dominando la economía mundial, se ha basado en la ética utilitaria. Por el contrario, la *ética*, tal como la entienden Aristóteles y, posteriormente, Santo Tomás, se basa en la idea de que, para vivir bien y perseguir la felicidad, debemos practicar las virtudes. Es importante subrayar que, en atención a la ética, las virtudes éticas no son sencillamente herramientas para aumentar la eficiencia y el beneficio. Tomada en su sentido más amplio, significan la excelencia de la perfección de una cosa, mientras que el vicio, lo contrario, denota un defecto o una ausencia de perfección debido a una cosa. Las virtudes morales regulan al hombre en sus relaciones con otros y en lo que respecta a sus pasiones interiores. La Iglesia Católica enumera siete virtudes, tres virtudes teológicas y cuatro virtudes cardinales.

Creo que es difícil llevar a cabo un negocio de éxito a largo plazo sin las tres virtudes teológicas, la fe, la esperanza y la caridad. Las virtudes cardinales, como la templanza, la fortaleza del alma, la prudencia y la justicia (dar a cada hombre lo suyo)

son también pilares esenciales de un abogado en ejercicio; de una empresa que no solo genera utilidades, sino también valor para la sociedad; y la felicidad para sus grupos de interés. En el mundo empresarial, virtudes como la moderación del gasto, la fuerza del alma (fortaleza) y la prudencia (sabiduría) en relación con los riesgos, así como la justicia (equidad) en las relaciones humanas, deben desempeñar un papel fundamental en ambos lados del mercado, tanto para las empresas como para los consumidores.

Estas virtudes nos permiten a los *consumidores* tener en cuenta el impacto social más amplio de sus decisiones de compra. En primer lugar, para evitar la trampa del consumismo, una forma moderna de hedonismo, deberíamos pensar dos veces antes de comprar, a menudo bajo la presión de un anuncio, un nuevo producto. Especialmente si se trata de un segundo o tercer coche, una bolsa de quinta moda o el último móvil con vida de batería «revolucionaria» y otras características. Cuando no solo queremos, sino que realmente necesitamos un producto, como consumidores prudentes debemos tener en cuenta no solo su relación calidad-precio (lo que contribuye a aumentar la eficiencia de asignación), sino también el impacto social de nuestra decisión. Al gastar mi dinero, ¿invertiré en una empresa socialmente responsable? ¿Compro un producto que será duradero, minimizando así los efectos negativos sobre el medio ambiente?

Muchos cuestionarían la tesis de que *las empresas* virtuosas podrían prosperar en nuestros actuales sistemas de mercado. En lugar de aburrirlos con filosofía moral, permítame mencionar uno de los muchos ejemplos reales que demuestran lo contrario. Esta es la historia de éxito de Veja, un fabricante de zapatos deportivos de moda fundado por dos empresarios franceses hace casi 20 años. La gestión de la empresa crea una marca que combina proyectos sociales, justicia económica y materiales ecológicos. La empresa trabaja con asociaciones de agricultores en América Latina y que actúan siguiendo los principios del comercio justo. Celebra contratos de un año con precios superiores a la media del mercado prefinanciando las inversiones de los agricultores. Su logística mundial está gestionada en parte por una empresa que crea oportunidades de empleo para personas vulnerables, discapacitadas y socialmente excluidas. Cuando hablan del impacto medioambiental de sus actividades, en lugar de caer en la trampa del «blanqueo ecológico», también reconocen sus deficiencias, como sus emisiones de CO2 debidas en gran medida al transporte marítimo tradicional desde Brasil. Veja ha conseguido dar más dinero a sus proveedores de materias primas y a sus trabajadores reduciendo los costes de comercialización. Por lo que se refiere a los salarios justos y la igualdad de género, 4 de los 5 mayores ingresos de la empresa son mujeres. El éxito de Veja demuestra que no siempre necesitamos acciones forzadas del Estado: en definitiva, estas son las

opciones de los consumidores que conducen a la sostenibilidad.

Todos sabemos que quizás sea un poco más fácil actuar de manera virtuosa para empresas más pequeñas donde la propiedad y la gestión van de la mano. Sin embargo, existen numerosos ejemplos de grandes corporaciones multinacionales que han comprendido que buscar utilidades cada vez mayores no es suficiente, también deben contribuir de manera proactiva al bien común. Debemos ser realistas: la conducta empresarial virtuosa no siempre surge del corazón, pero la presión pública y de los consumidores pueden fomentarla. Además, las políticas gubernamentales también pueden impulsar a las empresas a implementar estrategias sostenibles e inclusivas. Solo para dar un ejemplo, en muchos países los gobiernos destinan enormes recursos para subsidiar a las empresas de telecomunicaciones y a los consumidores con el fin de desarrollar la próxima generación de redes digitales disponibles para todos los miembros de la sociedad.

Estimados profesores, estimados estudiantes:

Una Facultad de Derecho de una Universidad Católica cumple su misión cuando educa a diferentes tipos de abogados. Abogados que saben que el fin no justifica los medios. Abogados que reconocen que la competencia debe ser justa y digna, y que ni en la empresa ni en la profesión jurídica puedes

tener éxito y estar satisfecho si cumples únicamente tus propios intereses. Los abogados saben que no siempre es la vía amplia y cómoda la que conduce al verdadero éxito. Formemos abogados conscientes de que los valores cristianos no pertenecen a los muros de iglesias vacías, sino que deben practicarse y hacerse realidad en nuestra vida profesional y cotidiana.

Sé que cambiar las actitudes de “exclusivo interés propio” en los mercados y, también en la profesión jurídica, es exigente y puede llevar tiempo. Ser diferente de la media puede suponer una carga. Pero ¿es tan poco realista? ¿Estamos seguros de que las reglas del juego no pueden modificarse? Debemos darnos cuenta de que somos componentes esenciales del sistema y, por ello, también definimos sus normas. Es posible que necesitemos una nueva era de iluminación. Espero que los años que pasareis en esta maravillosa universidad le ayuden a convertirlos en la sal de la Tierra y la luz del mundo, abogados que dan un buen ejemplo y consejo a los demás.

¡Ánimo y esperanza!

Can market economies survive without virtues and justice?

Tihamér Tóth

April 22nd 2024

Today's ceremony is an amazing opportunity to realize that although there are different walks of life, we are all on the road. There are many stops, many destinations. There are many ways to walk the road. Some go straight towards their destination. Others are unsure of their destination. Some people just focus on themselves on the road, others want to make it to the finish line hand-in-hand with others. Some say that you could and should do whatever you want to achieve your goal, others say that it's the way you walk that matters: the end does not justify the means.

For young lawyer, there will be a variety of destinations, careers available for you. Once you have completed your legal studies, you can become an attorney, a judge, a public prosecutor defending public order, a law professor, or a civil servant. You can work for a company as legal counsel. Whatever legal path you will choose, you will have to co-operate, but also to compete with others. The same holds true for your studies at this university. You may like, detest, or fear competition, it does not matter: it will be a part of your professional and private life.

It is thus a crucial question: how shall I compete to reach my personal goal in a way that I do not destroy my competitors, and at the same time serve the public interest? After graduation, you will be part of one of the best functioning market economies of South-America. Some will tell you: competition is always vicious, it consumes you, it is just like war, it bring out the worst in us. It is inherently selfish: if you win, others will loose. It makes the strong even stronger, the weak even more vulnerable. This line of argument can easily lead to the conclusion that competition must be eliminated from our lives. One such philosophy, communism, denying the value of free enterprise, has luckily failed. We know by experience that this is not the right solution. At the same time we are also aware that absolutely free markets can result in devastating consequences for the majority of society. So there must be, there is a third road: a market economy based on virtuous competition with, supported by moderate and well targeted state intervention.

A historic mistake of neoliberal economic policies was the separation of economy from morality. Those who choose this path live a dual life. In their economic life, at the workplace, they fight to survive, or to get wealthier, often just focusing on their self-interest. When at home, they change faces and act, sometimes as good Christians, under different rules. In the long term, walking two paths will get us lost, it destroys our humanity. As the Bible reminds us: you cannot serve God and Mammon at the same time.

Therefore, the question arises: do our Christian faith and values help or hinder our participation in the legal market or in any other economic activity? Is there such a thing as virtuous competition? As a practicing lawyer dealing with legal, economic and ethical issues of competition I will attempt to give you today a positive answer. First, I would like to explain what the basic principles of Catholic social teaching tells us about rivalry, second, how competition law, my favorite academic field of law, is related to these principles and finally what kind of virtues competition demands from companies and consumers in a marketplace.

I.

Some of you must have heard already of the Church's 'best kept secret', its *Catholic social teaching (CST)*. These texts, prepared by secular and ecclesiastical scientists, business people, practicing Christians and of course the pope in office, provide practical guidelines among other, on the role of competition and optimal behavior of market actors and the regulatory State in a market economy. I have to admit that I started to take these teachings seriously rather late in my carrier. I urge you not to commit the same mistake.

It is important to realize that CST is not empty dream of ecclesiastical people. Modern business management and legislation is in fact in line with

most aspects of this teaching. Corporate social responsibility has become essential especially for large global companies. Environmental protection and sustainable development have become part of business ethics. There is growing acceptance of the idea that managers should maximize profits in a way which also takes into account the interests of different stakeholders, such as workers, suppliers, buyers, the local community and ultimately the interests of future generations to come. These business management ideas reflect well the principles of CST.

As you may know, modern CST began with the encyclical *Rerum Novarum*, ‘Of New Things’ in 1891 by pope Leo XIII. Drawing inspiration from the Bible, the Church has produced a set of principles by which business activity can be judged. At the end of the 19th century, against the backdrop of the dangers of “laissez faire” capitalism and emerging communist movement, the pope’s aim was to give practical advice not only to the Catholics, not only to Christians, but also to all people of good will on how to organize our social and economic life in line with Christian moral values. Economic freedom, the role of property, family and employment relationships and fair wages have been on the agenda from the beginning. Over time, other themes came up such as challenges of consumerism, globalization, rapid technological development, environmental protection and inclusive growth.

For me, the key to understand the CST is to recall the unique human anthropology of Christian faith. We find human dignity, also in the economic context crucial because we believe that human beings are ‘Imago Dei’, ‘image of God’. As the Hungarian poet Sándor Reményik wrote: “God's face is buried inside me”.

For us, human dignity includes the exercise of our freedom within a proper ethical and social context. Free markets and fair competition are praised as emanations of such human freedom. However, Saint John Paul II., the Polish pope who has lived to see the collapse of communism in Central and Eastern Europe, warns in his *Centesimus annus* encyclical letter: “...when man is seen more as a producer or consumer of goods than a subject who produces and consumes in order to live, then economic freedom loses its necessary relationship to the human person and ends up by alienating and oppressing he.”. The German pope, Benedict XVI., speaking to economists, stated that “the economy and finance do not exist for their own sake; they are only an instrument or means. Their sole end is the human person and his or her total fulfillment in dignity.”

An important element of CST is the promotion of a Christian economic lifestyle instead of a consumerist lifestyle. Saint John Paul II. noted: ‘It is not wrong to want to live better; what is wrong is a style of life which is presumed to be better when it is directed

towards “having” rather than “being”, and which wants to have more, not in order to be more but in order to spend life in enjoyment as an end itself in.” In essence, CST calls for a continuous change in lifestyles, especially for believers, but ultimately for all people with good will. Our goals on this path include sensible curtailment of our consumption, the altruistic use of our property for the common good, and supporting technical progress that promotes sustainable development and reduces the gap between the social classes.

I should admit that CST does not praise competition and capitalism unconditionally. During history we have indeed witnessed rather different forms of competition, some of which proved to be destructive to human dignity. Between the two World Wars, Pope Pius XI recognized the ‘dark side’ of unregulated competition. In his encyclicals *Quadrogesimo anno* he observed with strong words: “competition... is the headstrong power and a violent energy that, to benefit people, needs to be strongly curbed and wisely ruled. But it cannot curb and rule itself”.

More recently, the great financial and subsequent economic crisis that started in 2008 did not increase the free market supporters in the Vatican. Pope Benedict XVI’s *Caritas in veritate* calls for a market where charity also plays an organic rule. Benedict explains that in a bipolar world of market corrected by State institutions much is lost including, solidarity in relations between citizens,

and actions of gratuitousness, ‘all of which stand in contrast with giving in order to acquire (the logic of exchange) and giving through duty (the logic of public obligation, imposed by State law).’ Benedict calls upon business managers that they should not concern themselves solely with the interests of the proprietors, but must also assume responsibility for all the other stakeholders who contribute to the life of the business including: the workers, the clients, the suppliers of various elements of production, and the community of reference. He pleads for a market that permits the free operation, in conditions of equal opportunity, of enterprises in pursuit of different institutional ends. Alongside profit-oriented private enterprise and the various types of public enterprise, there must be room for commercial entities pursuing social ends.

Keeping my speech in time limits, I would like to recall a few more messages related to capitalism and competition of our current pope representing your wonderful continent. Pope Francis’s encyclical starting with the words “*Laudato si*” triggered a major international public interest in 2015, especially as regards its messages on the exclusion of the poor and environmental protection. His more recent encyclical *Fratelli tutti* of 2020, is drawing lessons from the COVID pandemic.

Among others, *Fratelli tutti* also discusses whether the provision of all products and services is ethical, whether demand expectations naturally justify all

sorts of business behaviour. Not surprisingly, the response is negative: although you might think of such examples as drugs, weapons, pornography, games of chance, yet the Pope rather deplors financial speculation aimed at rapid and large profits.

CST values business as noble human activity. It is in a marketplace characterized by freedom of opportunities that we can develop our God-given talents. However, the pope warns that over-emphasizing and detaching individual freedoms from their social context is not in line with human anthropology. Individual rights are of course important, but the common good imposes limits. Pope Francis warns that it is not possible to achieve social peace on the basis of the logic of the market alone. He criticises the religion of neoliberalism according to which the market should solve all problems. It is true that some of the wealth may be “trickle down” to the poor, but the growing welfare gap breaks the fabric of society. The ever-larger difference between the upper 10% and the rest of the society is a burning problem not only here, in Latin-America. Companies and the state must play their parts in order to achieve genuine equality of opportunities.

Misinterpreted freedoms may have harmful consequences not only on *business* but also on *consumers*. Pope Francis points out in *Laudato si* that: “When people become self-centred and self-enclosed, their greed increases. The emptier a

person's heart, the more he or she needs things to buy, own and consume.' The ecclesiastical teaching shows that people have moral responsibility when making consumer choices. Consumer movements and public pressure can change the behaviour of companies. The pope states that 'A change in lifestyle ... is what consumer movements accomplish by boycotting certain products. They prove successful in changing the way businesses operating, forcing them to consider their environmental footprint and their patterns of production. When social pressure affects their earnings, businesses clearly have to find ways to produce differently. 'Purchasing is always a moral – and not simply economic – act'.

In *Fratelli tutti* the pope acknowledges the importance to economic development, the increase in efficiencies in as much as they increase prosperity. However, progress should not be worshipped. Not every progress is positive. New technologies are welcome if they not only add to the well-being of the few, but help combat poverty and promote sustainability. In *Laudato si'*, Pope Francis voices his concerns that economies of scale force small agricultural landholders to sell their land because they cannot connect to regional and global markets.

These few points illustrate for us that CST is aware of the pressing economic and social challenges of our time and seeks to provide answers, also relating to the structure of a market economy and one of its basic component, free, but regulated competition.

II.

In the second part, I would like to briefly discuss how competition rules reflect these CST principles.

Competition policy aims to ensure that market players can do their best through protecting free business decisions and healthy market structures, especially from unilateral and collective actions of powerful companies. This is in harmony with the expectations of CST conscious that acknowledge the importance of individual economic freedom and also the dangers unregulated, selfish markets may bring about.

Protecting *equal opportunities* plays an important role in competition policy, especially in the European Union. Let's just recall the huge fines imposed on the digital giant Google for its self-preferencing strategy when it ranked its own services on the top of Google search ads deceiving consumers that these were the best matches for their searches. In another EU competition law field, the control of State aid, Member States are guided to support those investments which help companies operating in less developed regions, and small start-ups facing various disadvantages. The prohibition of exclusive rights granted by the State to certain companies also contributes to creating equal opportunities. For example, the EU Commission prohibited Greece from allowing a public energy company to acquire national lignite assets in a privileged manner

compared to its competitors, thus benefiting from unfair competitive advantage due to cheap inputs in the electricity market.

We find a number of laws and self-regulatory standards that are motivated by moral considerations. The prohibition of cartels pursuing selfish interests is a good example. By cartels do not think of drug cartels, but rather of secret collusion between competitors in general which eliminate, or at least reduce, the risks of competition by coordinating prices and other market conditions. Cartels, which typically entail unjustified price increases, can be considered to be a form of fraud or theft from a moral point of view. Not surprisingly, in many countries, competition rules impose severe sanctions on cartel members: in many places, including Chile, cartels are also criminal offences punishable by imprisonment.

It is equally easy to explore moral content in the prohibition of abuse of a dominant position, when a powerful company uses its power to exclude weaker competitors from the market, or when it exploits its consumers through monopolistic pricing. CST principles on the optimal use of property are also reflected in competition rules in as much as the owner of an essential asset or infrastructure is obliged to share its property with its competitors so that consumers benefit of more service providers. Similarly, competition law goes beyond the sanctity of property where a merger or acquisition that

threatens to restrict competition is allowed only under the condition that a particular plant, business or even firm is to be sold, divested to a competitor of the merging parties, thus maintaining the intensity of competition.

Let me give a final example on how morals, market activities and competition rules may interact. As you know, advertising is an important tool for competition in the market. In this way, companies can distinguish themselves from competitors and draw the attention of potential customers to the existence of a product, important or less important characteristics. The “do not lie” command also applies to advertisers. It is not surprising that, in order to protect fair competition and consumer interests, many countries penalize companies that want to sell their products through using misleading promises, half-truths or even psychological aggression. So, when you will become an attorney, you should never advertise yourself promising that you can win every case before court.

III.

In the final part of my speech I would like to say a few words about the role of virtues in competition. Competition during the academic years to come, competition in the legal profession and competition in the marketplace.

Many have realized over the past decade that capitalism based on selfish efficiencies and profit motives is doomed to fail. For example, the prestigious economic organization, the OECD has also understood that we need a global economic system based on *inclusive growth*. Growth should be distributed equally both in societies and globally, providing opportunities not just to the wealthiest 10% of the society, but to all. Otherwise, growing problems of inequalities, migrations, and environmental issues may easily lead to social explosion.

I believe that realizing such exciting concepts like inclusive growth, objective self-interest, pursuing well-being instead of purely materialist and hedonist desires require open, competitive market economies based on virtuous consumers and firms.

The problem is that mainstream neo-liberal economic thinking still dominating the global economy has been built on consequentialistic, utilitarian ethics. In contrast, *virtue ethics*, as understood by Aristoteles and later by St. Thomas is based on the idea that in order to live well, to pursue happiness, we need to practice virtues. Not just in our private, but also in our professional life. It is important to underline that in virtue ethics virtues are not simply tools to increase efficiency and profit. Taken in its widest sense, virtue means the excellence of perfection of a thing, while vice, its contrary, denotes a defect or absence of perfection due to a thing. Moral virtues

regulate man in his dealings with others and with regard to his inner passions. The Catholic Church lists seven virtues, three theological and four cardinal virtues.

I believe that it is difficult to operate a successful business in the long-run without the three theological virtues, faith, hope and charity. Cardinal virtues, like temperance, courage, prudence and justice (giving each man his due) are also essential building blocks of a practicing lawyer or an enterprise that creates not only growth, but also value for society and happiness for stakeholders. In the business world, virtues like moderation regarding spending, courage (fortitude) and prudence (wisdom) regarding worthy risks, as well as justice (fairness) in human relations should play a vital role on both sides of the market, for firms and consumers.

These virtues enable us, *consumers* to consider the wider social impact of their purchase decisions. First, in order to avoid the trap of consumerism, a modern form of hedonism, we should think twice before buying, often under the pressure of an advertisement, a new product. Especially if it is a second or third car, a fifth fashion bag, or the latest mobile phone with “revolutionary” battery life and other “essential” features. When we not only want, but really need a product, as prudent consumers we should consider not only its value

for money (which, by the way, helps increase allocative efficiencies), but also the social impact of our decision. By spending my money, do I invest into a socially responsible company? Am I buying a product which will be long lasting thus minimizing the negative environmental impacts?

Many would question the thesis that virtuous *companies* could thrive in our current market systems. Instead of boring you with moral philosophy, let me tell you just one of the many real-life examples proving the contrary. This is the success story of Veja, a manufacturer of fashionable sneakers founded by two French entrepreneurs almost 20 years ago. They managed to create a brand that mixes social projects, economic justice, and ecological materials. The firm works with South-American farmer associations that act after fair trade principles. It concludes one-year contracts with prices above the market average pre-financing the farmers' investments. Its world-wide logistics are partly managed by a company that creates job opportunities for vulnerable, disabled, and socially excluded people. When they talk about the environmental impact of their activities, instead of falling into the trap of “greenwashing”, they also acknowledge their weaknesses, like their CO2 emissions largely due to traditional boat shipping from Brazil. Veja has managed to give more money to its suppliers of raw materials and its workers by cutting out marketing costs. As regards fair wages

and gender equality, 4 out of the 5 highest earners in the company are women. Veja's success story proves that we do not always need forced state actions: in the end, these are the consumers' choices that lead to sustainability.

We all know that it is perhaps a bit easier to act in virtuous manner for smaller companies where ownership and management go hand in hand. Yet, there are plenty of good examples of large multinational corporations having realized that seeking ever larger profits is not enough, but they should also pro-actively contribute to the common good. We have to be realistic: virtuous business conduct does not always come from heart, but public, consumer pressure may bring it along. In addition, government policies may also push companies towards implementing sustainable, inclusive strategies. Just to give you one example, in many countries governments spend huge resources subsidizing telecom companies and consumers to develop the next generation of digital networks available to all members of the society.

Dear professors, dear students,

A Catholic Law School fulfills its mission when it educates a different kind of lawyer. Lawyers who know that the end does not justify the means. Lawyers who recognize that rivalry must be fair and dignified, that neither in business, nor in legal profession can you be successful and happy if you

live only for your selfish goals. Lawyers who know that it is not always the broad, convenient path that leads to success. Lawyers who are conscious that Christian values do not belong behind the walls of often empty churches, but should be practiced and realized in our professional and everyday life.

I know that changing selfish attitudes in markets and also in your legal profession is demanding and may take time. Being different than the average can be a burden. But, is this so unrealistic? Are we sure that the rules of the game cannot be changed? We should realize that we are the components of the system and we define the rules. We might need a new era of enlightenment. I hope that the years you are going to spend under at this wonderful university will help you to become the salt of the earth and the light of the world, lawyers who set a good example for others.



FACULTAD DE DERECHO
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE