

La construcción de la ética de la empresa o ética de los negocios

Primera parte. Las formas a partir de la adopción de la ética*

Ricardo Cuevas Moreno* **

Resumen

En este artículo mostramos la manera cómo la ética de la empresa o ética de los negocios se construye a partir de la adopción de la ciencia de la ética. Esto da origen a las formas; en este trabajo señalaremos sólo algunas: la empresa del respeto y la buena voluntad, la voz del profeta y el impulso de amor, uno mismo y el otro en el trabajo, Habermas en la administración, la solución de la presión moral y la transferencia de valores de la ética de la empresa. El análisis de las formas ilumina el contenido ideológico de la ética de la empresa y las contradicciones insuperables en su construcción. Para ese propósito, adoptamos en nuestra exposición el método de la economía política de Marx (1965: 254-263) en la construcción de la ética de la empresa a la francesa.

Palabras clave: ética de la empresa, ética de los negocios, ideología, management participativo, proyecto personal, ética de la discusión, ética profesional, trabajo inmaterial, ética de la convicción y ética de la responsabilidad.

* Este trabajo se conforma de dos partes. La segunda se presentará en el siguiente número.

** Investigador de la Facultad de Comercio y Administración de Tampico de la Universidad Autónoma de Tamaulipas. Correo electrónico: rcuevasfr@yahoo.fr

Introducción

La interpretación francesa de la ética de los negocios

Los artículos siguientes están dedicados al estudio de las formas que la ética de la empresa reviste. Nuestro análisis se limita a la interpretación francesa de *la ética de la empresa* debido a que se trata de un fenómeno particular desde su adopción misma y su desarrollo en Francia. Con el tiempo, la ética de la empresa ha sido asimilada y adaptada de acuerdo con la cultura de ese país. En ese sentido, es necesario destacar los puntos siguientes: 1) una concepción propia de las relaciones entre el Estado, los patrones y los trabajadores; 2) un contexto económico, político y social propio; 3) una tradición filosófica que trata de sostener todo discurso de la ética de la empresa. Sin embargo, nosotros pensamos que nuestro análisis puede servir para comprender ciertos aspectos de la ética de la empresa en general, particularmente su rol como ideología del capital de la época de la informatización.

La ética de la empresa es denominada de diferentes maneras: ética en la gestión de la empresa, ética de los negocios, ética en la empresa. Hemos decidido nombrarla *ética de la empresa* o *ética de los negocios* porque, por una parte, los escritores de la ética de la empresa se refieren de manera indistinta a un mismo objeto de análisis; por otra, esa noción engloba todas las relaciones de la empresa. Esas relaciones son para nosotros económicas, tecnológicas, políticas —es decir de autoridad y poder— sociales y morales. La empresa forma parte del organismo social, por lo que la noción de *la ética de la empresa* o *ética de los negocios* comprende, luego entonces, también las relaciones internas y externas de la empresa capitalista. En fin, partimos del supuesto que la empresa capitalista es la forma dominante de las organizaciones en la actualidad.

La ética de la empresa reposa sobre una serie de conceptos y de razonamientos que le dan su contenido y su validez; por ejemplo, los que nosotros llamamos *los autores de la ética de la empresa* suponen la sociedad capitalista liberal y valores políticos y morales como punto de partida; éstos son el marco de todo discurso. Pensamos que la integración de los valores morales hecha por la ética de los negocios o ética de la empresa es una puerta de acceso para explicar su carácter ideológico.

En consecuencia, el análisis de *las formas de la ética de la empresa* proporciona la prueba que la ética de la empresa o ética de los negocios es una ideología del capital en el sentido de Marx y Engels (1982). Por *forma* debemos comprender la manera cómo se estructura *el contenido* de un proceso o fenómeno. Así la *ideología* es la forma (representación) que adquieren las relaciones sociales de propiedad, de producción y de poder en la sociedad dividida en clases; asimismo, esta ideología toma la apariencia de ciencia y se presenta como común para todos. Al ocultar las relaciones que la fundamentan, la *ideología* es una falsa conciencia con apariencia de verdad que perpetúa las relaciones económicas y sociales de explotación y el dominio de una clase sobre otra. En la práctica la ideología impone las ideas y los valores de la clase que domina económica e intelectualmente mediante la filosofía, el derecho, la política, la ética o la religión.

La dificultad estriba en explicar cómo la ideología de la clase dominante consigue imponerse al conjunto social. En nuestra época, el conocimiento científico parece ser la forma más eficaz que toma la ideología. Sin embargo, en tanto que ideología, ella puede tomar otra forma, por ejemplo, la del discurso religioso.

En este artículo veremos cómo la ética de la empresa retoma los conocimientos de la ética para justificar su existencia, su discurso y sus recomendaciones.

Tomando en cuenta que la ética, la economía y la administración son las fuentes de la justificación a la cual nos referimos, primero trataremos de poner en evidencia la adopción de la ciencia de la ética; la aportación de la ciencia de la economía a la ética de la empresa o ética de los negocios la reservamos para nuestro artículo siguiente, pues ello desemboca en el dogma que sostiene a la ética de la empresa: “los valores morales son la clave del éxito de la empresa”.

I. La adopción de la ética por la ética de la empresa

Los autores de la ética de la empresa justifican la necesidad de la orientación ética para la gestión de la empresa de varias maneras:

- ♦ Los hombres que trabajan en la empresa, especialmente el empresario y los administradores, deben tomar decisiones; esto implica la *responsabilidad* y, por tanto, la moral.
- ♦ Los cambios en el mundo actual obligan, cada vez más, la intervención de la empresa en los asuntos de la sociedad; esto implica las cuestiones morales: *la empresa ciudadana* es la figura emblemática de esta posición.

- ♦ La empresa actual, descentralizada y en red, libera espacios de autonomía para los individuos; ahí la comunicación es cada vez más importante para la administración: *la empresa del tercer tipo* o *la empresa inteligente* son las figuras representativas.

Los dos libros pioneros de la ética de la empresa francesa inauguran una manera común de proceder en la literatura de la ética de la empresa. Así, por ejemplo, después de establecer la necesidad de la ética para los negocios, Gélinier (1991) y Farcy (1969) hacen intervenir el pensamiento de un filósofo a partir del cual hacen válidas las recomendaciones de la ética de la empresa para la administración. Nosotros analizaremos esta articulación en las páginas siguientes, pues ellas constituyen *las formas* en el sentido que hablamos más arriba.

a. La ética de la empresa y las teorías éticas

El primer ejemplo de la articulación, señalada anteriormente, se basa en la teoría ética de Kant (1994). Los autores de *Hacia una moral de los negocios* (Farcy, 1969) formulan una pregunta al parecer típica hoy en día para la ética de la empresa: partiendo del hombre libre, capaz de realizar elecciones, ¿cómo él puede ser consciente y responsable cara a cara de la toma de decisiones y de sus consecuencias? En suma, ¿cómo el hombre puede tener una actitud moral en los negocios?, ¿cómo el hombre puede conciliar el respeto hacia los otros y la toma de decisiones eficaces para cumplir los objetivos de la empresa?

Después de Farcy, Moussé (1989), Etchegoyen (1991) y Bowie (1999) han retomado esa problemática proponiendo varias soluciones a partir de la adaptación de la teoría ética de Kant (1994). Dichas respuestas suponen al individuo libre, razonable y autónomo provisto de los *derechos universales*.

Así, según Farcy, *la moral* basada sobre *el imperativo categórico* y en los *imperativos derivados* es el sostén adecuado para el responsable comercial. Farcy piensa que *la naturaleza de las obligaciones de cada uno se determina por los derechos de otros*, al igual que los escritores de la ética de la empresa lo harán después. Este autor piensa que *los derechos del hombre* tienden a la universalidad y enuncian de manera explícita el reconocimiento de la dignidad y del respeto de la persona; ellos son el marco jurídico, político para la economía de mercado. Farcy considera, además, que se trata de encontrar en el marco de esa sociedad

liberal la mejor manera para el funcionamiento de esa economía de mercado. Los derechos y deberes del hombre aplicados a la moral comercial permiten el cumplimiento de la libertad, de la equidad, de la justicia y de la seguridad de los individuos en los contratos y las transacciones (Farcy, 1969: 41-49).

De esta manera —consideramos— la *pedagogía de la decisión* (Farcy 1969: 67) hará posible la conciliación de la subjetividad del individuo y su deber moral hacia los otros; de igual forma, la antinomia entre el interés particular y el interés general será resuelta. En otros términos, la actitud moral hará compatibles la eficacia económica y moral.

Nosotros pensamos que, según la ética de la empresa inspirada o fundada sobre la ética propuesta por Kant, los hombres tendrán la *buena voluntad* para respetar los compromisos establecidos en los procesos de la producción y la circulación social conducidos por la administración. Esta teoría ética aplicada a la empresa predicará por un respeto de la persona, en el cual los diferentes copartícipes deberán considerarse siempre como *un fin jamás como un simple medio* (Kant, 1994: 108); es decir, la aplicación de esa teoría ética a la empresa no resolvería el problema de la aplicación práctica del imperativo categórico, sino a condición de anular la divergencia de intereses en la empresa.

La aplicación de la ética de Kant a la empresa evidencia la necesidad de recurrir al cumplimiento del deber y a la moral nacida durante el *Siglo de las Luces* para explicar las relaciones morales dentro de la empresa capitalista.

En un segundo ejemplo Gélínier (1991) y Even-Granboulan (1988) aplican ciertos conceptos e ideas de Durkheim (1937) y Bergson (1932) sobre la ética, la moral y su aprendizaje al comportamiento moral dentro de la empresa. Nosotros pensamos que la aplicación consecuente de esas teorías éticas a la administración de la empresa conduciría a las siguientes reflexiones.

Nosotros somos seres morales en la medida en que somos seres sociales; cumplir el deber remite a las nociones de *autoridad* y de *disciplina*. La moral es un conjunto de deberes, de hábitos, de mandamientos; es un *sistema de prohibiciones*, el cual tiene por finalidad contener, poner límites a las pasiones y limitar la sensibilidad de acuerdo con las órdenes de la razón. *La moral es esencialmente disciplina* (Durkheim 1937: 27,30, 36-37). El aprendizaje de la moral se da a través de la educación y la convivencia dentro de los grupos sociales. *La presión*

social y el impulso del amor —manifestaciones complementarias de la vida— son las dos nociones básicas que explican la necesidad de la obediencia y la moral para preservar el grupo y la sociedad (Bergson 1932: 52-53; 98-99).

Desde esa perspectiva, la empresa sería una institución y un grupo; el apego del hombre a ese grupo particular sería la esencia del *deber* y del *acto moral*. La autoridad y la disciplina explicarían el establecimiento de las *normas*, la *sumisión* y el cumplimiento del *deber cotidiano*. La obligación moral, como la entiende Durkheim, sería el resultado de la autonomía de la voluntad; en suma, la vida moral para la empresa sintetizaría la felicidad, el bien y el deber. La empresa sería a la vez el grupo y la educadora de una moral racional y laica. Vista así, la empresa debería contribuir a la constitución de hombres libres, autónomos, amantes de su grupo y su patria, capaces de ser racionales y al propio tiempo de conmoverse por la felicidad y la desdicha de otros. En ese sentido, la empresa y los negocios serían la aplicación de esos altos valores y metas, desde las bases hasta los dirigentes, sólo que serían los dirigentes los equivalentes al filósofo o el profeta que impulsados por la razón y el impulso del amor aclaran el camino a los otros.

Es de notar que ni Gélinier (1991) ni Even-Granboulán (1988) derivan las implicaciones que esas teorías éticas tienen para la administración de la empresa; sólo usan algunos conceptos e ideas para justificar ciertas recomendaciones de lo que deberían ser los negocios (Gélinier, 1991: 9, 13, 50-51, 56, 69, 75, 78, 155-156, 161-165, 175-178, 183) y (Even-Granboulán, 1988: 95, 99, 130-136, 191, 222, 248, 262, 269, 277). Esto es un trazo característico de los escritores de la ética de los negocios que nosotros conocemos.

Habermas en la administración es el tercer ejemplo, para la empresa del nuevo milenio o *la empresa del tercer tipo*, utilizando la expresión de Archier y Sérieyx (1984), la información y la comunicación se convierten en actividades cruciales para la vida de las empresas. La importancia ganada del *trabajo inmaterial* se traduce en una mutación de las empresas y de su gestión; entonces, la administración de los hombres y de los medios de producción debe efectuarse mediante un nuevo tipo de gestión: *el management participativo*.

La nueva vida de las empresas solicita la acción autónoma de los individuos y la identificación de su proyecto de vida con la empresa. Los conflictos que esta etapa de la empresa genera deben ser resueltos tomando en cuenta una sociedad liberal democrática avanzada. La teoría ética de Habermas (1992) parece ser adecuada

para la empresa del nuevo milenio, salvo que escritores de la ética de la empresa olvidan ciertas cuestiones esenciales del continuador de la *escuela crítica*.

En efecto, *la ética de la comunicación* se encuentra dentro de un amplio programa de investigación (Habermas, 1973): se trata de la aceptación del capitalismo y de la dominación sobre las masas de ese modo de producción social. En ese sentido, *la legitimidad* del capitalismo, de la empresa y la aceptación por parte de la *masa* resultan unos asuntos cruciales. Los escritores de la ética de la empresa olvidan que la comunicación y la información juegan un rol fundamental para la legitimación y la dominación de la empresa capitalista moderna, pero esto es un tema que el mismo Habermas no investiga (Floris, 1996). Una aplicación limitada de la *teoría de la comunicación* popular en Francia es la de Etchegoyen (Etchegoyen, 1991: 184-188).

Por otro lado, ¿cómo puede uno estar seguro de no excluir a ciertos actores o grupos de la discusión? Orsoni (Leroux y Marciano, 1999); por nuestra parte, pensamos en otra objeción, pues la ética de la discusión supone los hombres libres, iguales, razonables y responsables de los cuales el diálogo está basado sobre los principios “U” y “D” (Habermas, 1986: 12-13). Esos hombres que discuten harán emerger las normas válidas y aceptadas por todos (Habermas, 1992: 17-32). Eso significaría la posibilidad de conseguir una democratización de la vida de la empresa inexistente hasta nuestros días.

El cuarto ejemplo retoma la noción de *virtud como fundamento de los negocios*. Para Solomon los negocios no pueden ser reducidos al simple hecho de *hacer dinero*; por el contrario, la práctica de las *virtudes éticas*, que para él son sinónimo de *valores éticos*, se encuentran en el corazón de los negocios. Esto significa que son los seres humanos los que practican estas virtudes, los que dan vida y suceso a las empresas y los negocios más que las ganancias o el dinero. De igual manera que Aristóteles (1965), Solomon parte del individuo inmerso en la comunidad cuyo criterio del éxito es la felicidad. La *buena vida* es la vida feliz que florece en el actuar bien, es decir, una vida guiada por las virtudes.

La esencia del enfoque aristotélico hacia la ética de los negocios es que tenemos que apartarnos del pensamiento centrado en las utilidades y concebirlas como una parte fundamental de la buena vida. (Solomon, 2000, 1999: xxiii).

Según Solomon, el individualismo, la libertad individual, la responsabilidad colectiva, el respeto y la tolerancia son los valores —más que la libertad de la libre empresa sin rendir cuentas a nadie— el origen del suceso de las empresas estadounidenses. Para este autor es necesario humanizar los negocios, desterrar de nuestras concepciones y lenguaje las metáforas de *la jungla, el juego, la guerra, la máquina, el mito del empresario, la competencia y el capitalismo vaquero, el altruismo abstracto y las utilidades*.

El enfoque aristotélico de Solomon postula que ser virtuoso implica actuar tanto en beneficio propio como en beneficio de los demás. La idea subyacente, pensamos nosotros, es que el hombre sólo existe en comunidad, lo cual ciertamente es común a la sociedad de la Grecia antigua y a la sociedad capitalista actual. Este hecho común le sirve a Solomon para establecer que la vida de la empresa es ante todo una, en y para la comunidad. Éste es el argumento ontológico que conduce a la moral; el segundo argumento es de carácter político. Según Solomon la empresa es un “ciudadano” y como tal es parte de la sociedad y vive en ella. En consecuencia, la empresa vista como ciudadano y como comunidad permite la comprensión de las actividades de los negocios y sus aspectos éticos (Solomon, 2000, 1999: 34, 46).

Es decir, esa facultad de ser honesto, respetar y pensar en los otros en cada una de nuestras acciones. Finalmente, si las virtudes son tales, solamente en relación con los demás, ellas tienen la cualidad de utilidad. En efecto, inspirado en Hume y su *Enquete sur les principes de la morale*, Solomon considera a las virtudes de la sociedad y de la empresa como útiles (Hume, 1991: 128). En este sentido, la llamada *responsabilidad social de la empresa* es inherente a la vida de la empresa misma, al igual que su utilidad para bien de la sociedad.

b. La solución a la presión moral

El quinto ejemplo de la articulación entre la ética y la ética de los negocios es notable por sus repercusiones en la construcción de esta ideología del capital; por tal razón amerita un estudio especial. En un primer momento analizamos la exposición de Weber sobre *la ética de la convicción y la ética de la responsabilidad*; en un segundo momento, la interpretación y la aplicación en la administración de la empresa de ese célebre planteamiento.

En sus conferencias de 1919, Weber trata discernir el alcance ético de *las vocaciones de sabio y de político*. Esas dos actividades tienen en común el hecho que ambas no reposan en un vacío social; asimismo, implican los aspectos de orden social, político, económico, histórico y ético que los hombres dedicados a la ciencia y a la política deben tomar en cuenta para el ejercicio de su vocación. Es evidente que el juego de factores supera el simple ejercicio de la vocación. En las dos conferencias, la vocación del *sabio* y la del *político* llegan a un problema ético común: la del alcance de *la ciencia* y de *la política* por el destino de la sociedad y de la humanidad.

La célebre máxima formulada por Weber, *la ética de la convicción y la ética de la responsabilidad*, es citada innumerables veces para explicar el comportamiento moral práctico de los agentes. En la presentación francesa del libro *El sabio y el político*, Aron (Weber, 2001) sostiene la idea de que esta fórmula refleja en gran medida la condición humana. Indudablemente, ésta parece ser la intención de Weber.

El contexto sobre el que reposa esa dicotomía, pensamos, permite comprender mejor su significación. La *vocación de sabio* y la *vocación de político* son comprendidas a partir de un sistema capitalista desarrollado. Ahí, las instituciones contienen las cualidades de *la administración racional*; es decir, de *empresas capitalistas* cuyo primer objetivo es la ganancia. En efecto, Weber supone el capitalismo avanzado: la especialización de actividades y la tendencia a convertir en *empresas capitalistas* todas las actividades de la vida social.

El político que Weber imagina es el hombre que dedica tiempo completo a la política y que vive *para* la política. Uno de los resultados notables del proceso del establecimiento del Estado moderno es el hombre político profesional; sin embargo, existe el hombre político en tanto que *funcionario* y el hombre político en tanto que *jefe, líder*, empresario del asunto político. Este último es diferente del funcionario de tiempo completo porque éste administra los recursos de la administración; su éxito es la administración eficiente y responsable de esos bienes.

Lo mismo que el sabio, el político (*el jefe político, el profesional, el hombre de Estado*) dedica su vida al servicio de una causa; para el primero es la ciencia y para el segundo el poder. El político mete sus dedos en *los rayos de la rueda de la historia*. Entonces, se pregunta Weber: ¿cuáles son las cualidades necesarias que el político debe tener para estar a la altura de esta intervención? De igual

manera que el sabio, el político debe estar provisto de un conjunto de cualidades indispensables para alcanzar su objetivo. Weber menciona la *pasión sincera*, la *responsabilidad personal* (derivada del compromiso a la causa) y la facultad de distancia de los hechos, de los hombres y de las cosas (*coup d'oeil*, ojeada, vistazo).

Según Weber, la legitimidad de la dominación posee fundamentos; éstos son también las razones internas que justifican la *dominación*: la autoridad que nace de la *tradición*, la autoridad que proviene del *carisma* y la autoridad que proviene de la *legalidad* o de la *razón*, simplemente.

Regresemos a las relaciones entre la política y la ética o *ethos de la política*; el punto decisivo es el siguiente: la política es una actividad de esfuerzos cuyo objetivo es llegar al poder. Se trata del ejercicio de la *violencia legítima* que se encuentra al centro de la política, del Estado moderno y del *ethos* de la política para la humanidad. La causa que sirve al hombre político es la toma o el comportamiento del poder para él mismo, para un partido o para un grupo.

Una vez establecido que *el medio decisivo en política es la violencia*, entonces ¿qué es lo que puede justificar el uso de la fuerza de una parte de los hombres de la sociedad sobre otros? Si se toman en cuenta los medios y las finalidades, ¿qué puede justificar que con el objetivo de alcanzar los fines buenos y válidos el hombre político o el Estado utilice la violencia legítima o *medios moralmente peligrosos*?; más todavía, ¿qué puede justificar que las consecuencias de esos actos de fuerza sean nefastas o moralmente condenables? Según Weber, ninguna ética puede resolver esas preguntas; además, el resultado final de la actividad política corresponde raramente a las intenciones primeras del actor. Son las consecuencias no deseadas de los actos de los hombres que desembocan en los resultados no previstos, los cuales nos acompañan, al menos, desde el nacimiento del mundo moderno.

Frente a esta imposibilidad de la ética, para responder a las paradojas de la vida humana, Weber establece el hecho que toda actividad orientada según la ética puede estar subordinada a las máximas: *la ética de la convicción* y *la ética de la responsabilidad*. Éstos son los principios de carácter general *irreductiblemente opuestas*; sin embargo, esto no quiere decir que en la ética de la convicción se encuentra ausente la ética de la responsabilidad y viceversa.

Veamos, ciertamente Weber no define con precisión esas dos máximas morales, sino que los ejemplos que desarrolla son los que permiten comprender su significación; por consiguiente, la característica fundamental de la ética de la convicción es que el hombre guiado por ella no toma en cuenta *las consecuencias previsibles de sus acciones*. Si los actos producen consecuencias nefastas, el partidario de la ética de la convicción las atribuirá a la tontería de los hombres o aun a Dios. Desde el punto de vista lógico, la ética de la convicción rechaza toda acción que llame a los medios moralmente peligrosos. Weber describe al partidario de la ética de la convicción como alguien que no *soporta la irracionalidad del mundo*. El hombre que guía por esa ética es un “*racionalista cosmo-ético*”. Pero en realidad, *la media vuelta* brusca caracteriza al partidario de la ética de la convicción: él puede preconizar la no violencia y el amor, y de golpe cambiar a la violencia justificada para que uno alcance la paz completa; al contrario, según Weber, el partidario de la ética de la responsabilidad toma en cuenta *las consecuencias previsibles* de sus actos. En el caso del hombre político eso es muy claro; éste se expone a las consecuencias de sus acciones debido a que el uso de la *violencia legítima* es el punto crucial de sus actos y de sus consecuencias. El caso del militante religioso o el político que combate por su convicción es un ejemplo que pone en evidencia esta tesis según el propio Weber.

Según él, en la actividad política, la lucha ideológica guiada solamente por la ética de la convicción puede desembocar en daños considerables porque ella está desprovista de la responsabilidad de las consecuencias. A pesar de esa distinción, uno no puede aconsejar a nadie obrar por la ética de la convicción o la ética de la responsabilidad y en que momento utilizar la una o la otra.

Nosotros pensamos que el *político* que Weber concibe es la síntesis y el justo equilibrio de la ética de la convicción y de la ética de la responsabilidad. Es cierto, al comienzo de su exposición Weber presenta las dos éticas como irreconciliables; pero, algunos pasajes después, resulta, que en el caso del político, ambas se complementan:

Uno lo ve ahora: la ética de la convicción y la ética de la responsabilidad no son contradictorias, sino que ellas se completan la una a la otra y constituyen en conjunto el hombre auténtico, es decir, un hombre que puede pretender la ‘vocación de político’. (Weber, 2001: 219)

c. El administrador: santo o diablo

La adopción que los escritores de la ética de la empresa hacen de la fórmula de Weber se presenta como una explicación y una herramienta en la toma de decisiones. Las elecciones del administrador pueden ser analizadas a partir de la ética de la convicción y de la ética de la responsabilidad. En ese sentido, la antinomia ética de Weber es ejercida por un mismo individuo; ella representa un momento de tensión entre las convicciones personales y las responsabilidades que la empresa le demanda. Orsoni, en su artículo *L'Ethique en gestion* (Leroux, y Marciano: 1999), establece que la ética de la responsabilidad aplicada a la empresa conduciría a veces al administrador a efectuar acciones moralmente condenables con la finalidad de alcanzar los objetivos de la empresa. La búsqueda de la *eficacia* funda la ética de la responsabilidad aplicada al administrador; por el contrario, la ética de la convicción aplicada al administrador busca siempre un ideal, sin tomar en cuenta las consecuencias de los actos para la empresa.

Otra interpretación de la dicotomía de Weber mencionada por Orsoni (Leroux y Marciano, 1999: 197-205) es la del *hombre de acción* y el filósofo, el santo o el profeta. La ética de la responsabilidad es ligada al primero y la ética de la convicción al segundo. Según Moussé (1993), esa división existe en la realidad: el primero busca los resultados de acuerdo con la eficacia, su división es pragmática y utilitarista; el filósofo lleva una actividad más bien teórica. Luego, lo que le falta al hombre de acción son los útiles teóricos que le permitan comprender las causas de su comportamiento en la toma de decisiones. Los hombres de negocios tienen una *formación y un modelo de vida* que les impide la *reflexión* sobre la moral o la ética de su actividad; su formación cuantitativa absorbe su atención sobre las medidas, planes y proyectos (Moussé, 1993: 11-12, 40, 56).

Tomando en cuenta que existen una multiplicidad de morales y una multiplicidad de apreciaciones sobre *el bien y el mal*, para Moussé (1993) esta *totalidad* es imposible de ser aprehendida. Entonces, según él, la cuestión importante es la de saber cómo se articulan en otros términos los diferentes niveles morales de los individuos en la empresa misma, los niveles de *responsabilidades profesionales* de los responsables de la empresa y de sus *convicciones personales*; en fin, la articulación de *la ética en la empresa* (Moussé, 1993: 40, 137, 139-140).

Moussé piensa que la *coopération conflictuelle* de la vida de la empresa conduce indefectiblemente a la célebre dicotomía de Weber entre la ética de la convic-

ción y la ética de la responsabilidad (Moussé, 1993: 141-144). Este autor propone el ejercicio de la *libertad responsable* como solución del conflicto; solución insatisfactoria para nosotros, pues este autor recurre a la conciencia individual y al libre arbitrio en los cuales la buena voluntad del individuo juega un primer rol. En otras palabras, como telón de fondo, la dicotomía ética de Weber tiene por sostén la teoría ética de Kant (1994, 1785) a pesar de que Moussé rechaza la ética de la empresa inspirada a partir del filósofo alemán.

En efecto, la dicotomía de la ética de la convicción y de la ética de la responsabilidad es una *máxima* que pretende tener una validez general y orientar de este modo la vida moral de los hombres. Ella representa la oposición *abismal* de dos *actitudes* de la vida moral. La característica —la única que Weber distingue claramente— es la que toma en cuenta las consecuencias de los actos por parte del individuo, pues Weber considera a los hombres libres y racionales, que son capaces de escoger entre una ética de la convicción y una ética de la responsabilidad. Por otro lado, nadie puede obligarles a practicar una o la otra.

Supongamos que la ética de la convicción y la ética de la responsabilidad se encuentran una y la otra en los dos extremos, como Weber lo establece; en la práctica, los hombres podrían oscilar entre esos dos extremos alejándose de una o de la otra. Es cierto que la diferencia y las virtudes entre esas dos éticas se aprecian claramente en los extremos. Así, la interpretación de Aron (Weber, 2001) establece, en efecto, que esta antinomia refleja el caso extremo de la condición humana. Nosotros pensamos que el contenido de la máxima de Weber contiene un elemento psicológico sin el cual ella sería válida.

Cierto, en la vida *inmediata* la antinomia de Weber entre esas dos éticas aparece indudable. En la superficie de la sociedad, la *actitud* de los hombres varía de una ética de la convicción a una ética de la responsabilidad y de una ética de la responsabilidad a una ética de la convicción. Es cierto también que ellas pueden ser interpretadas y mezcladas en casos particulares; mas si trazamos una línea entre esos dos éticas colocándolas una y otra en cada extremo, veremos que al momento que el hombre se aleja de una tiende a la otra, todo depende del caso y del *individuo*. En ese sentido, el hombre político entonces debería permanecer al centro de la línea en el caso ideal.

Pero es pertinente preguntarse ¿cuál es el elemento que une esos dos lados? Nosotros pensamos que esos dos extremos (el de la ética de la convicción y el de la

ética de la responsabilidad) están ligados por un factor común: *el deber*. El hombre de la ética de la convicción y el hombre de la ética de la responsabilidad obran de acuerdo con el deber; la diferencia es que uno de ellos enfrenta las consecuencias de sus decisiones, mientras que el otro no. Weber no se ocupa de conocer el origen de su conciencia moral ni el origen de sus valores, alrededor de los cuales oscilan las dos éticas. Al contrario, él está muy consciente que los conflictos nacen de *la estructura misma de la sociedad*.

En efecto, sabemos de acuerdo con la historia humana y con la historia de la ética, que el deber y su cumplimiento pertenece a la realización del mundo de los valores morales; además, éstos existen y son realizados por los hombres de una sociedad histórica definida; en una sociedad dividida en clases, los valores dominantes son los de la clase moralmente dominante. El cumplimiento del deber es una condición de la reproducción de la vida social; entonces, la ética de la convicción y la ética de la responsabilidad tratan de mostrar la actitud, la manera cómo los hombres cumplen su deber; es decir, *la actitud* que los agentes toman en la realización de su conciencia moral.

En la vida práctica, los hombres se ven en la disyuntiva de escoger entre el cumplimiento de sus convicciones o el de sus responsabilidades. Weber, cuya máxima es de carácter psicológico y subjetivo, quiere proveerlos de un principio de orientación en esa perpetua tensión; él tiene confianza —nosotros pensamos— que los hombres tendrán un buen juicio para discernir entre la ética de la convicción y la ética de la responsabilidad. Además, los hombres tiene la posibilidad de conseguir el justo equilibrio entre la una y la otra, lo que es más importante en el hombre político que ejerce la violencia legítima sobre los otros hombres; él afecta los recursos, gestiona el destino de las naciones y de los estados. Sin embargo, la ética de la convicción y la ética de la responsabilidad dejan un largo horizonte de posibilidades para hacer relativas todas las posiciones.

Lo anterior se explica a partir de dos hechos: primero, porque según Weber, la ética no puede justificar el uso de medios moralmente condenables para alcanzar fines buenos; por ello, la ética de la convicción y la ética de la responsabilidad serían las únicas referencias posibles cuando los hombres escojan entre las opciones. En consecuencia, la ética no podría jamás explicar el sentido del comportamiento moral ni podría conocer ni enunciar leyes; únicamente quedaría la elección de los agentes sin ninguna ley. La interpretación de Wunenburger (1993) en sus *Questions d'éthique* señala que Weber con su máxima moral trata de demostrar

la imposibilidad que tienen los hombres de obrar a partir de valores morales establecidos de avance.

Nosotros pensamos que los valores morales están dados; son una especie de datos a partir de los cuales los hombres cumplen su vida moral y su deber, a pesar de que ellos no conozcan el origen de tales valores. Éstos son figuras familiares y a la vez desconocidas para el hombre de la masa. Ellos no lo saben, pero reproducen esos valores con su *praxis*; lo hacen entre lo que dicta su conciencia moral particular y lo que dicta su conciencia moral social. La máxima de Weber, creemos, considera *la actitud* de los individuos en la actividad moral. La antinomia, ética de la convicción y ética de la responsabilidad, sería la forma práctica que tomaría la conciencia moral. Los polos de esta contradicción y su conexión son analizados a partir de *la racionalidad*. Según esto, las dos éticas serían las dos formas de la *conciencia moral racional*.

Por esa razón y suponiendo válida la antinomia ética de Weber, la identificación del *hombre de acción* con la ética de la responsabilidad y del sabio o del filósofo con la ética de la convicción es una oposición falsa que no existe en este autor. En la vida práctica, el hombre de acción y *el sabio* viven, tienden hacia la ética de la convicción o hacia la ética de la responsabilidad. Es diferente decir que el hombre de acción debe preferentemente obrar guiado por la ética de la responsabilidad, como en el caso del administrador. El caso ideal sería un justo equilibrio entre las dos éticas tal como Weber lo establece para *el político*; en este sentido, lo que es abismal son las dos éticas y no las actividades de los individuos ligadas de forma ficticia a la antinomia ética de Weber.

Además, uno no puede asociar simplemente la ética de la convicción a *la moral del corazón* y la ética de la responsabilidad a *la moral de la razón*, como si se tratara de dos éticas cuyo origen sería distinto: una el instinto; otra la razón. Con ello, uno toma el riesgo inútil de establecer una oposición de naturaleza diferente a la establecida por Weber; lo mismo pasa si uno toma la metáfora de *Dios* y *el diablo*, *el bien* y *el mal*, para asociarlas a la ética de la convicción o a la ética de la responsabilidad, metáfora que utiliza para ilustrar la oposición entre esas dos éticas y la relatividad de lo que puede ser considerado como bueno o malo. Más allá de la ciencia no hay otra cosa que elecciones. Los hombres están confrontados a escoger y ahí la ciencia no puede auxiliarlos. Así, en el mundo reinan las decisiones individuales de los agentes, quienes escogen *sus propios dioses* y *sus propios demonios*.

En ese sentido la dicotomía de Weber aplicada al administrador diría que éste no es ni dios ni el diablo, ni bueno ni malo. Según Orsoni (1989), el administrador cumpliría raramente *la moral de la responsabilidad* hasta sus últimas consecuencias, si eso implica la utilización de medios moralmente nefastos. Al contrario, una pura aplicación de la *moral de la convicción* en la empresa es impracticable. La solución propuesta por Orsoni, nosotros pensamos, es más fiel al pensamiento de Weber; en efecto, en la práctica los administradores y los negocios se desenvuelven entre los dos extremos de las dos morales:

En el fondo, la moral de los negocios evoluciona entre esos dos extremos, pues de toda evidencia, no hay ética de la responsabilidad que no quede impregnada por una convicción expresada o latente. (Orsoni, 1989, núm. 74, junio: 114)

Tomando en cuenta las observaciones precedentes sobre la dicotomía ética de Weber (la ausencia del origen de los valores morales, su carácter subjetivo, el deber como sustancia y el nexo entre las dos éticas, junto con la interpretación de Orsoni [1989]) obtenemos el esquema siguiente:



El administrador representa un ideal, un justo medio entre el cumplimiento de las convicciones y las responsabilidades; en la práctica, lo mismo que el político, tenderá para un lado o para el otro. La ética de la empresa de Orsoni contiene una perspectiva práctica y un contenido humano; por lo tanto, la moral del administrador sería el fruto de un aprendizaje, de una búsqueda con *endurance* (resistencia, aguante) del bien para los hombres que trabajan en la empresa:

El ejercicio de la moral permanece como un esfuerzo de discernimiento del bien y del mal....El problema de la moral de la empresa es el del hombre y el problema del administrador consiste a buscar, no el Bien absoluto, sino cada vez, paso a paso, el bien para el hombre. (Ibidem: 109-116)

En suma, según Orsoni (Leroux y Marciano, 1999: 197-205) el administrador se comparte entre la conducta *instrumental*, que pretende los objetivos y los resultados de la firma, y la conducta del *corazón*, que observa sus valores y no toma en cuenta las tensiones ni el determinismo de los eventos. Si uno evita la identificación falsa de la ética de la convicción y de la ética de la responsabilidad con una *moral del corazón* y una *moral de la razón*, ausentes en Weber, esta distinción de Orsoni puede evitar la confusión de palabras.

Otra manera de explicar que el administrador no es ni dios ni diablo, y que el problema ético en la empresa va *más allá del bien y del mal*, es la enseñanza de Marx quien no culpa las acciones de los individuos en el mundo económico donde ellos no son más que criaturas (Marx, 1867: 550). Las acciones del administrador están determinadas por el organismo económico y los objetivos de empresa dentro de relaciones caracterizadas por la autoridad, el poder y la búsqueda de la ganancia. En este sentido, la conciencia moral del individuo y sus convicciones están sometidas a las leyes del organismo social no como un fenómeno aislado, sino como tendencia del modo de vida capitalista (Marx, 1965: 49).

Finalmente, nosotros pensamos que existe un punto crucial en la célebre antinomia de Weber: La imposibilidad ética de justificar en la búsqueda de fines buenos los medios y las consecuencias *moralmente nefastas*. Ese problema es ante todo un problema práctico: los fines determinan los medios, pero los medios determinan también los resultados y los fines. La historia de la vida social misma es la prueba la más clara: los fines y los medios no son jamás moralmente neutros. Esto es más evidente cuando se trata de legitimar la violencia de ciertos hombres sobre otros; los licenciamientos masivos o las medidas de política económica como en el caso de “los países del tercer mundo”, quienes adoptan la política económica sugerida por el FMI. Ahí, las responsabilidades y las convicciones más iluminadas o las más abyectas son pasadas por la criba del movimiento social y de la historia.

Aron (Weber, 2001, 1919) establece el desafío que invalidaría las tesis de Weber; pero formula mal las cosas: la ciencia social jamás contiene la verdad *total*, ni predice perfectamente el futuro, ni promete la solución de conflictos y de valores de las sociedades del futuro; la ciencia social explica las razones de la existencia de los hechos y sus tendencias, ella nos dice las posibilidades de su realización. Esos hechos pueden ser constatados por las ciencias exactas y las matemáticas, pero una vez que ellos han sido realizados por los hombres, y no antes como lo piensan Weber y Aron.

d. La transferencia de la ética a la empresa

La asimilación de la ética por la ética de la empresa no está exenta de serias contradicciones: ya sea que uno analice las consecuencias de una teoría ética para la empresa, como hemos visto; ya sea que uno observe *el arreglo* de alguna teoría ética para la las recomendaciones de lo que debería ser la administración de la empresa.

Pero esa articulación o transferencia comete otro error importante: los escritores de la ética de la empresa establecen una división ficticia entre los valores morales de la sociedad y los valores de la empresa; ellos efectúan una selección de los valores de la sociedad capitalista dejando los otros fuera; por ejemplo, la igualdad y la seguridad. Otros valores como la libertad, la autonomía y la justicia son integrados, pero utilizados de acuerdo con las exigencias de la empresa capitalista y su *management* participativo. Parecería que se trata de dos mundos que funcionan con una serie de valores morales diferentes: los valores de la sociedad capitalista y los valores de la empresa capitalista. Sabemos gracias a Orsoni (Leroux y Marciano, 1999: 197-205) de la imposibilidad de tener dos éticas, una para la sociedad y otra para la empresa. Recordemos que el pasaje de la sociedad a la ética de la empresa debe tomar en cuenta las relaciones de producción, de poder y de autoridad. Ahora, además de esos olvidos, los autores de la ética de la empresa pretenden fundar una *ética de la empresa* a través de una selección de valores morales de la sociedad capitalista para la empresa.

A pesar de que esos valores morales de la sociedad capitalista son supuestos por los escritores mencionados, la división, la separación que ellos establecen permanece infranqueable. Nosotros pensamos que todo este *arreglo* pone en evidencia el hecho que el comportamiento moral en la sociedad y en la empresa no puede ser el mismo, pues ellas existen gracias a relaciones sociales específicas; en otros términos, esta división ficticia refleja un hecho real, pero de manera mistificada. En la empresa uno no puede sostener los valores tales como la libertad, la igualdad, la justicia, sin cuestionar el poder, la autoridad y los procesos mismos de la producción de la ganancia. Esos valores deben ser sustituidos por los valores de responsabilidad, confianza, valor, temperancia, respeto, lealtad, libertad, etc.; son los valores que la empresa establece como necesarios para su funcionamiento y eficacia. Recordemos que para Marx (1965) la superficie de la sociedad es el verdadero *Eden de los derechos naturales del hombre y de ciudadano*; sin embargo, al momento en que los hombres atraviesan el umbral de la puerta de la empresa, su

comportamiento sufre una transformación, puesto que la igualdad y la libertad son sustituidas por la autoridad y la producción de la plusvalía (Marx, 1965: 725-726); en otros términos se trata del modo de vida capitalista y su doble moral que contiene desde su mismo nacimiento.

LOS VALORES DE LA SOCIEDAD	LOS VALORES DE LA EMPRESA
♦ Libertad	♦ Autonomía
♦ Igualdad	♦ Honestidad
♦ Fraternidad	♦ Responsabilidad
♦ Seguridad	♦ Confianza
♦ Propiedad	♦ Innovación
♦ Humanidad	♦ Valor
♦ Felicidad	♦ Dignidad
♦ Disciplina	♦ Orgullo
♦ Egoísmo	♦ Fe
♦ Esfuerzo	♦ Humildad
♦ Armonía	♦ Justicia
♦ Humanidad	♦ Libertad
♦ Independencia	♦ Lealtad
♦ Justicia	♦ Modestia
♦ Optimismo	♦ Prudencia
♦ Pluralismo	♦ Respeto
♦ Tolerancia	♦ Solidaridad
	♦ Transparencia
	♦ Temperancia

Fuente: **Los valores de la sociedad** son extraídos del pensamiento de: **Les valeurs de la société capitaliste** sont tirées du chapitres 3 et 4 de notre thèse du doctorat en sciences de gestion «*L'éthique de l'entreprise capitaliste*» (2003). **Los valores de la empresa** son extraídos de los libros de de Blanchard et Peale (1988); Le Tourneau (2000), Gélénier (1991), Even-Granboulan (1988), Daigne (1991), Claude (1998); Falise (1992) et Etchegoyen (1990,1991). Se encuentran muy citados por los escritores de la ética de la empresa. El cuadro no pretende ser exhaustivo y debe comprenderse a partir de las observaciones que hemos hecho.

Resumen y conclusión

1. En este artículo vimos que la ética de la empresa usa ciertas partes de las teorías éticas para fundar recomendaciones sobre lo que los negocios deberían ser. Sin embargo, las consecuencias morales y las consecuencias prácticas de esa aplicación conducen a cuestionamientos importantes sobre el poder, la autoridad, la justicia y la igualdad dentro de la empresa y su responsabilidad social.

2. Pensamos que esto incide sobre el contenido de las teorías éticas adoptadas por la ética de los negocios. Un ejemplo notable es el de Max Weber; la antinomia de *la ética de la responsabilidad y la ética de la convicción* es revertida de su contenido original por los escritores de la ética de la empresa. Así, la identificación por una parte de *la ética de la responsabilidad* con *la moral de la razón y el hombre de acción*; y, por otra parte, de *la ética de la convicción* con *la moral del corazón y el hombre sabio* no corresponde al pensamiento de Weber; al igual que la identificación de una y de la otra con *el bien y el mal*; *dios y el diablo*. Sin embargo, ellas son utilizadas en la explicación del obrar del administrador; ahí es necesario subrayar que Orsoni establece una interpretación más acorde con el pensamiento original de Weber. Esa interpretación le permite proponer una dicotomía entre una *moral instrumental* y una *moral del corazón* más próxima del comportamiento práctico del administrador.

3. A partir de ese punto de vista, el discurso de la ética de la empresa efectúa una transferencia de valores morales de la sociedad a la empresa de los cuales los valores universales son un supuesto. La ética de la empresa retoma, agrega y modifica los valores morales, aquellos que considera necesarios para el cumplimiento del deber dentro de la empresa y los negocios. Pensamos que se trata de *un arreglo de valores artificioso*, pero que pone en evidencia un hecho real la imposibilidad de sostener esos valores de la sociedad capitalista en la empresa y su administración.

Bibliografía¹

Blanchard, K et Peale N.V. ; *Ethique et management. Réussir en restant intègre*, Paris, Traduction par Marnat S ; Les Editions d'Organisation, 1988.

Bergson, H. ; *Les deux sources de la morale et de la religion*, Paris, PUF, 1932.

————— *L'évolution créatrice*, Paris, PUF, 1998.

Claude, J-F ; *L'éthique au service du management*, Paris. Les Éditions LIAISONS, 1998.

Daigne, J-F ; *L'éthique financière*, Paris, PUF collection que sais-je ? numéro 2604, 1991.

Destutt, Comte de Tracy ; *Eléments d'Idéologie*, Première partie, L'Idéologie proprement dite, Troisième édition. Librairie Philosophique. J. VRIN, 1970 (1817).

De Feuilhade de Chauvin Tanneguy ; *Ethique et pouvoir dans l'entreprise*, Paris, ESF éditeur, 1991.

Dermagne, J. ; *Révolution chez les patrons ? L'entreprise citoyenne*, Paris, Bayard Editions, 1996.

Durkheim, E. ; *L'éducation morale*, Paris, PUF, 1902-1903.

Etchegoyen, A. ; *La valse des Ethiques*, Paris, Editions François Boudin, 1991.

Even-Granboulan, G. ; *Ethique et Economie. Quelle morale pour l'entreprise et le monde des affaires ?* Paris éditeur L'Harmattan, 1988.

Farcy, H. (présentateur) ; *Vers une morale des affaires ? L'Ethique du Responsable commercial*, Paris, Institut catholique de Paris. Action populaire.

¹ La bibliografía se encuentra en la lengua francesa debido al hecho que la investigación fue realizada en Francia y cambiar los títulos al español modificaría la paginación de todas las referencias.

Bibliothèque de la Recherche Sociale. SPES, 1969 Cas concrets introduit par FARCY, H.

Ferry, J-M ; *Habermas l'éthique de la communication*, Paris, PUF, 1987.

Frederick, R. E. ; *La ética de los negocios. Aplicación a problemas específicos*, México, OXFORD UNIVERSITY PRESS, Traducción del inglés Carril Villarreal M. del Pilar, 2001 (1999).

Floris, B. ; *La communication managériale. La modernisation symbolique des entreprises*, Grenoble, PUG, 1996.

Gélinier, O. ; *L'éthique des affaires. Halte à la dérive*, Paris, Editions du Seuil, 1991.

Habermas, Jünger, *La technique et la science comme idéologie*, Paris, Editions Gallimard, 1973 (1968) Préface et traduction de l'allemand par Jean-René Ladmiraal.

Habermas, J. ; *Morale et communication*, Paris, Flammarion, Traduction et Introduction, par Bouchindhomme, C ; 1986 (1983).

Habermas, J. ; *De l'éthique de la discussion*, Paris, Flammarion, Traduction et Introduction de l'allemand par Hunyadi, M ; 1992 (1991).

Kant, E. ; *Métaphysique des mœurs*, Paris, GF, Flammarion, 1994, (1785).

Kosik, K. ; *La dialectique du concret*, Traduit de l'allemand par Dangeville, R ; Paris, éditeur Maspero, 1970.

Landier, H. ; *Vers l'entreprise intelligente. Dynamique du changement et mutation du changement*, Paris, Editions Calmann-Lévy, 1991.

Le Tourneau, P. ; *l'Ethique des affaires et du management au XXI siècle, Essai*, Paris, éditeur Dalloz, 2000.

Leroux, A et Marciano, A. (sous la direction) ; *Traité de philosophie économique*, Paris, Economique, 1999.

Marx, K. ; *Introduction générale à la critique de l'économie politique*, Paris, Bibliothèque de la Pléiade. Œuvres I Economie, édition établie, présentée et annotée par Maximilien Rubel. NRF Gallimard, 1965 (1857).

————— *Le Capital*, livres I, Paris, Bibliothèque de la Pléiade. Œuvres I Economie, édition établie, présentée et annotée par Maximilien Rubel. NRF Gallimard, 1965 (1867).

Marx, K. et Engels, F ; *L'Idéologie allemande*, Paris, Bibliothèque de la Pléiade. Œuvres III Philosophie, édition établie, présentée et annotée par Maximilien Rubel. NRF Gallimard, 1982 (1846).

Mercier, S. ; *L'éthique dans les entreprises*, Paris, La Découverte, Collection Repères, 1999.

Moussé, J. ; *Éthique et entreprises*, Paris, éditeur Vuibert, 1993.

Orsoni, Jacques ; "L'enseignant de gestion face à la morale d'entreprise", *Revue française de gestion*, n° 74, juin, 1989, p. 114.

Rochefoucauld (la) et Pietri, R. ; *L'entreprise et la société au service de l'homme*, Paris. Editeur TEC & DOC- Lavoisier. Institut de la Boétie, 1993.

Solomon, R.C. et Hanson, K.R. ; *La morale en affaires clé de la réussite*, Paris, Éd. Organisation, 1989.

Smith, A. ; *Théorie des sentiments moraux*, Traduction par Biziou, M, Gautier, C, Pradeau, J ; Paris, PUF, 1999 (1759).

Smith, A. ; *Recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations*, Traduction de Garnier, G. ; Paris GF. Flammarion édition, 1991 (1776).

Weber, M. ; *Economie et société*, Paris, Plon, 1995 (1921), T. 1 et 2.

Weber, M. ; *Le savant et le politique*, Paris, Plon, 10/18 traduit de l'allemand par Freud, J. ; préface Aron, R. ; 2001 (1919).

Wunenburger, J-J ; *Questions d'éthique*, Paris, PUF, Collection Premier Cycle, 1993.

