



Revista de Fomento Social, 50 (1995), 431-450

RECENSIONES

ÉTICA SOCIAL

FERNÁNDEZ, J.L. (1994), *Ética para empresarios y directivos*, Esic Editorial, Madrid, 206 págs.

Resulta ya tópico decir que la ética empresarial está de moda... Pero ahí está como muestra el número de publicaciones que van apareciendo en estos últimos años. También José Luis Fernández, que imparte esta disciplina en la Universidad Pontificia Comillas de Madrid, ha querido ofrecernos como contribución esta obra, que recoge los frutos de su experiencia docente en dicho centro. A pesar de la abundancia de publicaciones no es fácil encontrar en ellas un justo equilibrio de enfoques, que se mantenga alejado por igual del pragmatismo inmediateista y del idealismo abstracto. La búsqueda de este equilibrio me parece

uno de los valores de esta obra, que se mueve siempre desde la firme convicción de su autor de que la ética tiene cabida, y de hecho ocupa un lugar, en el mundo de los negocios.

Por otra parte, abarcar todas las cuestiones que en la vida de la empresa tienen una dimensión ética sería una tarea imposible para un volumen como éste. Por eso es interesante analizar la selección temática que ha hecho José Luis Fernández, que, en mi opinión, es muy adecuada para una primera aproximación a este campo. Creo que se pueden distinguir cuatro grandes bloques en su obra.

En el primer bloque (capítulos 1 y 2) se aborda el planteamiento general de las relaciones entre ética y empresa. Puesto que esta relación es concebida con enfoques muy diversos por distintos autores, es conveniente tomar postura desde el comienzo. Es cierto que hoy no es tan frecuente la idea de que ética y empresa

BIBLIOGRAFIA

son dos mundos inconciliables. Hoy está más de moda el subrayar la "rentabilidad de la ética" (cf. por ejemplo, la obra de T. Tuleja, *Más allá de la cuenta de resultados. De cómo los líderes empresariales están convirtiendo la ética en beneficios*, Barcelona 1987): pero tampoco esta tendencia me parece exenta de peligros para una correcta interpretación de la ética empresarial. José Luis Fernández, que es bien consciente de este riesgo, matiza cuidadosamente el sentido que habría que dar a la rentabilidad de la ética, para que ésta no se convierta en un instrumento al servicio de la imagen de la empresa. Más allá del análisis de estas diferentes posturas, el autor se esfuerza en mostrar que la ética nunca ha estado totalmente ausente del mundo de los negocios, porque entonces la actividad empresarial hubiera sido inviable: pero la existencia permanente de este mínimo ético no excluye innumerables comportamientos inmorales, muchos de ellos incluso ampliamente tolerados. Ya en estos capítulos queda de relieve una actitud de realismo ante la ética empresarial, que será uno de los valores más destacables de toda la obra.

El capítulo más extenso (que constituye el bloque segundo) es, paradójicamente, el que de forma menos directa trata de la empresa. Se titula "Ética y vida moral". Parte de un presupuesto que considero muy acertado: muchas veces las dificultades para hablar de ética empresarial proceden de un insuficiente o incorrecto conocimiento de lo que es la ética. Entonces todo discurso ético dege-

nera en "diálogo de sordos". En dos niveles se mueve este capítulo. El primero se ocupa de la génesis y evolución de la conciencia moral, siguiendo los conocidos estudios de Erickson, Piaget y Kohlberg. El segundo busca el equilibrio entre la dimensión subjetiva y objetiva de la moral, uno de los puntos que genera más equívocos en el tratamiento moral de los problemas. Y el capítulo termina aplicando distintos enfoques de la moral (el deontologismo kantiano, el utilitarismo y las más recientes éticas de la justicia) a la reflexión ética sobre la empresa. Es un capítulo extenso (quizás hubiera sido deseable reducirlo en algunos aspectos), pero en modo alguno superfluo porque, insisto, es ahí donde las lagunas son más llamativas.

El tercer bloque de la obra (capítulos 4 y 5) se ocupa del concepto de empresa y de su finalidad. El autor busca la ayuda de las ciencias sociales para desarrollar, sobre esta base, sus consideraciones éticas. Ya lo había dejado dicho anteriormente: que el concepto de empresa está llamado a ser modificado desde la ética (pág. 42). Por eso, las diversas perspectivas complementarias desde las que aproximarse a la empresa - jurídica, contable, político-ideológica, sociológica, económica - permiten componer una definición de ésta donde lo ético es factor determinante: la empresa es una organización humana, un conjunto de personas con un propósito común, que coordinan su acción racionalmente hacia el logro de unos objetivos, principalmente (aunque no sólo) económicos, y que tratan de

satisfacer así unas necesidades reales de la sociedad. Desde este concepto es fácil buscar una armonía entre la finalidad objetiva y la subjetiva de la empresa, lo que permite discutir en sus coordenadas adecuadas el beneficio empresarial y su justificación ética. También aquí busca el autor una postura ajena a extremismos (negación de todo beneficio por principio, o aceptación del mismo sin restricciones).

En este bloque, sin embargo, pienso que una cierta tendencia a identificar beneficio con retribución del capital (con excepción de algunos breves párrafos en las págs, 153-154) dificulta una aproximación ética más rica a estas cuestiones tan delicadas. Identificar ambos conceptos podría justificarse desde la realidad de lo que es la empresa en nuestro sistema económico. Pero parece que la ética podría ampliar este campo de visión si distingue entre la empresa propiamente dicha y la sociedad de capitales: entonces cabe distinguir entre retribución del capital (que sería paralela a la retribución del trabajo, aunque los criterios no pudieran ser totalmente coincidentes) y beneficio (como excedente final). Esta observación remite al concepto de empresa que se maneja en toda esta parte: aunque se dedica un cierto número de páginas (114-130) a describir distintos tipos de empresa, de hecho pesa demasiado en todas estas reflexiones la imagen de la empresa capitalista, donde los propietarios del capital son los titulares del poder de decisión (aunque luego puedan delegarlo para que otros los ejer-

zan en su nombre). En este sentido, se echa de menos una presentación del modelo de cogestión, que es precisamente el único que, desde presupuestos capitalistas, pretende deshacer esa férrea vinculación entre propiedad del capital y poder de decisión. Es más, la concepción de empresa por la que opta el autor (la que denomina "modelo de base ampliada" porque pretende tener presente el mayor número posible de grupos implicados en ella, o "stakeholders", siguiendo la terminología de E. Freeman) sería éticamente más coherente si eliminara un status privilegiado para uno de los grupos (en concreto, los accionistas). Este enfoque, que no siempre es aplicable a la vida de la empresa de forma inmediata, tiene sin embargo la ventaja de clarificar la estructura básica de ésta, más allá del modelo hoy dominante: por eso decía que me parece éticamente más fecundo.

Por fin el último bloque (que está constituido por el capítulo 6) pretende descender a las aplicaciones prácticas de las ideas anteriormente desarrolladas. Se mezclan en él un doble enfoque, que quizás hubiera sido mejor separar: por un lado, la ética del directivo (basada en una bibliografía que, en parte, es tributaria de la "Business Ethics"); por otra, y con menor desarrollo, la ética de los diversos sectores implicados en la empresa (siguiendo las orientaciones de la reciente obra *Códigos de conducta empresarial* publicado por Acción Social Empresarial en 1993). El autor es consciente, y así lo reconoce al comienzo de este capítulo,

BIBLIOGRAFIA

que la variedad de temas éticos que surgen en la vida de la empresa es inabarcable. Por eso prefiere limitarse a ofrecer pistas: pero éstas, sin duda, resultarán escasas para las expectativas del lector. Debe éste, sin embargo, comprender que la ética empresarial no es cuestión de una casuística que quiera llegar a todos los problemas, sino más bien cuestión de enfoque y de perspectivas que permitan al sujeto acercarse responsablemente a esos problemas innumerables.

En resumen, estamos ante un manual que pretende poner las bases para la ética de la empresa: despertar la sensibilidad del directivo y el empresario, analizar la actividad empresarial poniendo de relieve con realismo los márgenes que en ella se dan para el ejercicio de una libertad responsable, iluminar esta reflexión con la aportación de autores reconocidos (la bibliografía, rica y variada, muestra un buen conocimiento de la literatura anglosajona, la que más lejos ha ido en este campo), abrir horizontes para ulteriores estudios y publicaciones.

Ildefonso Camacho Laraña S.J.

POLÍTICA

HUNTINGTON, S.P. (1994), *La tercera ola. La democratización a finales del siglo XX*, Ed. Paidós, Barcelona.

Tras la publicación en el año 1968 de su famoso trabajo *Political order in changing societies* la figura de Samuel P. Huntington ha acabado convirtiéndose en una de las estrellas más relevantes del establishment universitario norteamericano, hasta el punto de llegar a proyectar posteriormente una considerable influencia sobre las propias concepciones geopolíticas que, al nivel mundial, presiden la política exterior del Departamento de Estado americano. Su reciente trabajo, publicado en Estados Unidos el año 1991, incide nuevamente en la dimensión de un análisis político mundial desde una perspectiva comparada, intentando establecer las singularidades de las distintas fases o etapas democratizadoras por las que habría pasado el proceso político del siglo XX. Hablamos naturalmente de una "perspectiva comparada" porque, siguiendo esa tradición tan característica de la ciencia social norteamericana, no existen en el análisis de Huntington claves históricas profundas que expliquen la aparición de esas distintas "oleadas democratizadoras", o que indiquen su secuencia dentro de ciclos históricos largos. La relativa "ahistoricidad" característica de la ciencia política americana