

Las formas de la ética de los negocios: la síntesis o las formas propiamente dichas

La doctrina social de la iglesia cristiana¹

Ricardo Cuevas Moreno*

Resumen

En este artículo exponemos algunas de las formas de la ética de los negocios. Éstas sintetizan las contribuciones de la ciencia de la ética, de la ciencia de la economía y de la administración, pero de una manera distinta. La razón es que el discurso sabio se funde con los principios religiosos dando lugar la forma llamada la ética de los negocios y la religión.

El estudio se completa con el tema de la confusión de palabras forma creada en la construcción de la ética de los negocios y que revela, al igual que las otras formas, su contenido ideológico.

En este quehacer movilizamos el método de la economía política de Marx (1965, 1857: 254-263) haciendo énfasis en el momento de síntesis o reproducción espiritual de nuestro objeto de estudio.

Palabras clave: ética de los negocios, ética, ideología, doctrina social de la Iglesia cristiana, propiedad privada, valores morales, derechos universales.

Introducción

En este artículo continuamos nuestro análisis de las formas que reviste la ética de la empresa o ética de los negocios (Cuevas, 2005a y 2005b). Las formas propiamente dichas son las que se presentan en la superficie de la sociedad, es decir, de manera aparential y fenoménica; una vez que éstas son asimiladas espiritualmente éstas encarnan la síntesis de la ética de los negocios.

¹ Esta investigación se realizó en el marco del Acuerdo Relativo a la Formación y Capacitación para la Investigación Científica y Tecnológica suscrito entre la Secretaría de Educación Pública (SEP), el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT) y el Ministerio de Asuntos Extranjeros de Francia (Ecos), Universidad Autónoma de Tamaulipas, México-Universidad de Poitiers, Francia.

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

La *forma* y el *contenido* como dupla de la dialéctica materialista nos sirven para descubrir el contenido de clase de toda ideología. Esas categorías aplicadas a la ética de los negocios nos ayudan a explicar cómo ésta se constituye en ideología del capital de las empresas nacidas de la revolución en la informática y las comunicaciones.

El objetivo de este artículo es explicar cómo sucede lo anterior en relación con la religión; en efecto, la ética de la empresa en tanto que ideología puede revestir y reviste otras formas del discurso doctrinario y científico. Así, ella puede utilizar otras religiones o doctrinas para prescribir cuál debe ser el comportamiento moral de los individuos dentro de la empresa y establecer, por supuesto, el comportamiento de la empresa frente a la sociedad. En ese caso sirvan como ejemplos el confucianismo y el Islam; sin embargo, tales formas pueden reducirse a las que a continuación estudiamos.

Una religión para la empresa

Tratemos ahora de analizar cómo la opinión de la religión cristiana sobre los asuntos de la sociedad, especialmente los de la empresa, devienen un discurso de la ética de los negocios. De esa manera, esta forma de ideología del capital reviste la forma de discurso religioso; es como una piel diferente a la del discurso científico que la ideología del capital utiliza con la finalidad de tener una apariencia que atrae la atención y convence a otros grupos de hombres.

a. La finalidad de la religión y la fuerza histórica de las ideas

La teoría científica de la sociedad (Marx y Engels, 1982b:1086-1090; Marx, 1965a:272-274) establece que en una formación económica y social, las fuerzas productivas y las formas de conciencia social son la herencia de sociedades sucesivas. El desarrollo histórico es el resultado de la contradicción entre las fuerzas productivas, las relaciones sociales de producción y las formas de conciencia social. Éstas han asimilado y transformado esos legados dándoles al mismo tiempo una vida nueva; en un momento histórico, esos patrimonios son asimilados por los países y culturas diferentes tomando matices e interpretaciones particulares; por ejemplo, al ver la historia de la ética, apreciamos como la ética de la sociedad burguesa es fruto de un largo proceso y al propio tiempo fruto del eurocentrismo; mas dentro de Europa y allende los océanos, esa moral del deber adquiere formas particulares y singulares de expresión en el comportamiento moral y el pensamiento ético.

Después de Weber (1967) pasando por Novak (1987) y Morishima (1986) comprendemos cómo las ideas religiosas se convierten en fuerzas históricas para transformar el modo de vida. Por otra su parte, Morishima demuestra de qué manera una misma doctrina como el confucianismo sirve para dinamizar las fuerzas productivas de la sociedad dinástica; pero también el avance a paso firme de la naciente burguesía japonesa desde la Revolución Menji; sin embargo Morishima no comprende que el modo de vida capitalista asimila las fuerzas productivas del pasado y las ideologías para ponerlas al servicio de la producción de la ganancia; al contrario, pareciera ser que todas las religiones desembocan en *armonía reflexiva del mercado* como imagina Dryancour (2000).

Otro ejemplo lo tenemos en la religión cristiana, la cual desde hace más de dos mil años que nos acompaña; su paso dentro de las sociedades esclavistas, feudales, coloniales y burguesas muestran las diferentes formas e interpretaciones que ella puede tomar; algo similar acontece con otras religiones y doctrinas como lo son el confucionismo, el sintoísmo y el budismo.

Diremos que la primera finalidad espiritual de las religiones ha sido cambiada por la finalidad de la dominación de ciertos hombres sobre otros; incluso dentro de las religiones politeístas antes de la conquista española de América Latina, la religión ha sido un poderoso factor de cohesión social y de justificación de dominación económica y social de los aztecas sobre el resto de los pueblos de la región. Después de la conquista militar de España sobre *esos pueblos de salvajes*, la cruz y el alcohol vienen a completarla y finalizarla en nombre del dios cristiano. Parece que hasta nuestros días, la religión ha sido condenada a ser un útil de dominación en las sociedades divididas en clases; *la religión es el opio de los pueblos*, es la imagen idealizada de las relaciones entre los hombres mismos (Marx, 1968c).

Así, las ideas se convierten en *fuerzas históricas* cuya influencia da forma y determina de manera relativa el desarrollo del capitalismo. La religión al igual que la ética y la filosofía tratan de explicar el lugar del hombre en el universo y su destino; de ahí que la religión da y explica igualmente, el sentido de la vida de los hombres; además, orienta y prescribe lo que es necesario hacer a partir de la causalidad de la existencia de Dios y su palabra.

Tomando en cuenta que en el texto sagrado se encuentra lo que Dios quiere para los hombres, los derechos y los deberes entre los hombres y hacia Dios, la interpretación que los hombres hacen de los designios de Dios puede ser ajustada, y es ajusta-

da a las diferentes circunstancias y a los diferentes momentos históricos; ella puede, como en el caso de Jesús Cristo y *la teología de la liberación*, intentar transformar el mundo establecido; asimismo, puede también justificar el orden social, es decir, ser reaccionaria; entonces, la religión es una forma de ideología *en sí y para sí*.

El triunfo de *la razón racionalista* no abolió las explicaciones mágicas y religiosas del mundo, sino que las subordinó en tanto forma dominante de explicación del origen del mundo y su destino; por otro lado, las explicaciones mágicas y religiosas son todavía necesarias a la dominación y a la legitimación del poder burgués. La religión incide sobre una gran masa de la población que vive aún en la ignorancia o en los atavismos del pasado; de esta manera, la religión es un poderoso útil de dominación de la clase en el poder.

El capitalismo modifica *para sí* el sentido de las religiones; en efecto, si antes éstas reflejaban la vida de la comunidad y la interpretación del mundo de esa época, en el capitalismo ellas han tomado ciertas interpretaciones y matices en los diferentes países; digamos que una parte de la ideología del capitalismo asume la forma de religión; o bien, que el modo de vida capitalista en la práctica adapta a los hábitos, a las creencias que las religiones prescriben.

Por otra parte, la adopción que hace el capitalismo de las religiones, les hace devenir también un componente de la ideología capitalista; y eso pese al carácter laico de su ideología y sus valores. Así, existe una interpretación del islamismo del modo de vida capitalista; una interpretación japonesa del capitalismo; una interpretación del capitalismo de la doctrina social de la Iglesia cristiana (Naudet, 1999: 63-137); en fin, una interpretación católica del capitalismo para América Latina.

Una enseñanza de la teoría de la sociedad de Marx establecida en el *Prólogo* (1965a) nos dice que no se puede juzgar un hombre por lo que él diga de sí mismo; del mismo modo no se puede juzgar a una sociedad por lo que dice de sí misma; antes se deben analizar las contradicciones reales entre las fuerzas productivas, las relaciones sociales de la producción y las formas de conciencia social; posteriormente, al momento que se analiza una institución, como la empresa, se debe tomar en cuenta lo que ella dice a la luz de lo que ella hace en relación con sus intereses económicos y políticos, junto con la expresión teórica de los mis-

mos. De una manera similar se debe proceder cuando se analizan las posiciones que toman el individuo, los grupos y capas, así como las clases sociales sobre los asuntos de la sociedad.

b. La Iglesia y los derechos naturales

La doctrina social cristiana es una disciplina que nace de la teología moral y se convierte en materia universitaria particular desde el fin del siglo XIX; asimismo, esa doctrina reconoce los derechos fundamentales del hombre, particularmente el derecho de propiedad privada, así como la sociedad de mercado y el Estado. Según M. Spieker (Naudet, 1997: 38) la finalidad de la ética social cristiana es dar su opinión sobre esos asuntos, respetando la libertad de los hombres y su sana relación con el creador; en ese sentido, *la persona* deviene el tema más importante; entonces el florecimiento de sus cualidades para la consecución de la felicidad tal que Dios la recomienda es, sin duda, el punto crucial (Naudet, 1997: 37-38). El trabajo, la economía y la empresa, al igual que los hombres que ahí participan deben estar al servicio del objetivo primero que es la felicidad, la dicha; por su parte la práctica de *la virtud* es la clave para alcanzar la felicidad sobre la tierra y la salvación del espíritu.

La doctrina de la Iglesia social cristiana acepta y justifica los valores universales del hombre y el ciudadano; por un lado, parte de *la ética de la felicidad y el goce* fundada por Aristóteles y retomada por San Agustín; por otro, parte de *la ética de obediencia* que uno encuentra en la Biblia; por eso, según Sériaux (1997) la reflexión multisecular de los hombres confirma que sólo existen dos maneras de devenir bueno: *por la obediencia y por el goce*.

De esta forma, Sériaux en nombre de la doctrina social cristiana abre la puerta para la entrada de la justificación de los valores universales de parte de la religión. Pensamos nosotros que se trata de un nexo particular entre los valores naturales laicos y los valores religiosos que el autor establece de la siguiente manera: él añade que la vida feliz o el bien vivir propuesto por la moral del goce es posible a condición de llevar una vida conforme a la *virtud*; ésta es entendida como la tendencia fuertemente inscrita en el hombre a la repetición de actos buenos en el uso de su libre arbitrio; en consecuencia, el hombre virtuoso respeta y obedece a lo que le dictan los derechos naturales bajo la promesa del florecimiento sobre tierra y la salvación del espíritu:

Es justamente a ese punto que nos unimos al derecho natural. Éste no es en el

fondo que otro criterio de la bondad de nuestros actos, de su carácter virtuoso. [...] El derecho natural nos indica lo que nosotros somos y debemos ser para alcanzar la plenitud de nuestra humanidad, en tanto lo que nos importa, en tanto lo que nos afecta en las relaciones con nuestros semejantes (Aristóteles). Es una ley natural para nosotros tender hacia ese derecho natural. Esa ley no excluye una cierta obediencia, pero ella la supera.(Naudet, 1997: 66, 75)

A partir de *La cuestión judía* (Marx, 1982c:353-355, 357, 373) comprendemos el carácter histórico y de clase que los valores naturales contienen; también se entiende la brecha que los separa entre su enunciación y su aplicación; mientras que la doctrina social cristiana establece que entre su relación con los valores naturales, la propiedad privada debe elevarse al rango de condición primera de la libertad y la responsabilidad humanas; así, según el Papa Juan XXIII en *Master et Magistra*:

La propriété privée doit être protégée comme "une sorte de prolongement de la liberté humaine ", comme un fondement d'une existence vécue en responsabilité personnelle et comme une condition de la liberté civique. (Naudet, 1997: 83)

Por su parte, la doctora Averos cree que la doctrina de la Iglesia católica permanece muy general sobre los problemas económicos de la empresa; eso se explica por la esencia y el propósito mismo de esa iglesia (Averos, 1996: 87, 96). La doctrina social de la Iglesia es una *categoría en sí*, basada sobre principios intangibles e invariables; ella pretende *orientar el comportamiento cristiano* fundada en la teología moral. Averos agrega, a partir de la encíclica *Centesimus agnus* de Juan Pablo II (1991), que en el orden económico *la Iglesia no tiene una propuesta de modelo económico y social*.

Sin embargo, a través de la historia del capitalismo, parece ser que la Iglesia católica tiene una preferencia por el modo de vida capitalista. Todas la encíclicas desde Pío IX *Syllabus* (1864) pasando por León XIII, *Rerum Novarum* (1891), la Encíclica *Quadragesimo anno* (1931); Pío XI, *Divini Redemptoris* (1937), Juan XXIII *Mater y Magistra* (1961) condenan el socialismo. En revancha, el capitalismo puede tener un remedio o componerse de manera conveniente, bien que la Iglesia condena el capitalismo salvaje; así el Papa Paulo VI, en *Populorum progressio* (1967) y sobre todo en *Octagesima Adveniens* crítica la ideología liberal. Con el Papa Juan Pablo II, quien puso al centro de la vida humana al trabajo en *Laborem exercens* (1981) la visión de la Iglesia cristiana toma conciencia del lado positivo del capitalismo. Desde el derrumbe del bloque socialista en la encíclica *Centesimus Annus* (1991) el Papa acepta el rol importante de la ganancia, así como del mercado como instru-

mento para distribuir los bienes; en resumen, el Papa Juan Pablo II tiene un punto de vista favorable para la propiedad privada, la empresa y el mercado capitalistas con la salvedad que, según él, el mercado debe ser *controlado por las fuerzas sociales y el Estado* (Even-Granboulan, 1988: 44-45).

En resumen, desde la aparición de *Rerum Novarum* de León XIII, la Iglesia católica desarrolla su *doctrina social*, la cual está fundada en la *visión personalista del cristianismo* y se encuentra sostenida por tres pilares. El primero es la afirmación de la iniciativa económica y de la propiedad como principio de la sociedad; en ese sentido Juan Pablo II subraya la pertinencia de *la economía de mercado* y de la validez de *la ganancia de la empresa* en *Centesimus Annus*. El segundo pilar se refiere al aspecto humano del trabajo; León XII y Juan Pablo II establecen que el hombre es más que un factor de la producción, más allá de la oferta y de la demanda en el contrato de trabajo existe una exigencia de justicia; de ahí, la importancia de la ética económica. El tercero es *la legislación social*; según la Iglesia, el Estado debe, por un lado, asegurar el bien común coordinando las condiciones y las actividades; por otro lado, el Estado debe velar particularmente por la suerte de los más débiles de la comunidad; sin embargo, es el derecho quien debe garantizar mediante un sistema de subvenciones social y de servicios sociales, que la finalidad de la economía no es solamente el provecho, sino también la justicia social. (Falise, y Regnier, 1992: 83- 85; Naudet, 1999: 184).

En consecuencia, la Iglesia cristiana se limita a opinar y a dar prescripciones de carácter general para el orden económico; para Averos (1996) esto puede ser explicado por su contenido ideal y dogmático y por la imposibilidad de aplicar una doctrina tan rigurosa a cualquier asunto de la sociedad, por ejemplo, la empresa. Nosotros pensamos que las declaraciones de la Iglesia van de la par con los cambios de la vida social; atenta a los eventos sociales y trata de dar su punto de vista adaptando su discurso a los cambios sufridos por la sociedad conservando siempre su esencia religiosa.

c. La Iglesia y la empresa

El capitalismo y la empresa son para la doctrina social de la Iglesia cristiana más que dos organizaciones en búsqueda de la ganancia, son dos organizaciones de la comunidad de personas; su fin no puede restringirse a la finalidad del beneficio. La Iglesia piensa que el bien común y la justicia deben ser las finalidades primeras del capitalismo y de la empresa; así la empresa:

[...] en tanto que comunidad de personas, ella es fundamentalmente una estructura

humana que debe animar su actividad y orientar sus esfuerzos, económicos y técnicos hacia los valores morales de justicia y de solidaridad. (12 abril 1991). (Averos, 1996: 91)

Según Spieker (Naudet, 1997) la enseñanza de la Iglesia católica considera que la primera tarea del empresario es la ganancia; sin embargo, el empresario debe obrar a favor del bien común, el cual se define como la totalidad de las condiciones económicas, políticas y sociales *indispensables para el florecimiento personal de todo ser humano*. De ahí, proviene la justificación moral de la búsqueda de la ganancia, pues la obtención de ésta es una condición indispensable para el bien común. En breve, el empresario contribuye al bienestar común produciendo ganancias de manera honesta, dando empleos y satisfaciendo las necesidades sociales (Naudet, 1997: 177-178, 180-188).

En ese quehacer, el empresario tiene una serie de condiciones generales de naturaleza social, política y jurídica. La primera es la de un sistema político organizado en acuerdo con la relación del Estado y el ciudadano. Juan Pablo II recomienda a los empresarios y a los dirigentes la práctica de la justicia frente a sus colaboradores y frente a la sociedad a la cual ellos proveen las mercancías y los servicios. Spieker (Naudet, 1997) señala que en esa tarea el empresario debe disponer del marco de derechos y libertades de la sociedad liberal, incluso en el intercambio más simple, los hombres manifiestan sus libertades; esto implica una dimensión ontológica y ética de los negocios.

Con base en los elementos explicados por nosotros en los párrafos precedentes, la Iglesia católica funda una *ética del empresario*. El empresario en tanto que cristiano debe llevar una serie de cualidades morales de las cuales el sentido de la justicia y la conciencia de la responsabilidad se encuentran en primer plano. Se sigue, que los administradores deben también tener y desarrollar esas cualidades.

[...] más allá de las capacidades de conducir, es necesario tener una conciencia profunda de su función, esclarecida por valores supremos que deben guiar la actividad profesional del cristiano." (Averos, 1996: 92)²

² Las palabras son del extinto Papa Juan Pablo II pronunciadas en el *Discurso a los representantes de la Unión Cristiana de Empresarios y Dirigentes Italianos*, 12 abril 1991.

La empresa estando sola no puede dar sentido a la vida y al bien común; y el empresario no puede evadir esa responsabilidad a través de la organización interna y las relaciones con el medio ambiente; en una sociedad pluralista la cuestión de la ética del empresario no puede tener una respuesta única; por eso Spieker (Naudet, 1997: 192-193) piensa que el empresario debe también dedicar una parte de su vida a la Iglesia y a su familia con la finalidad de que él descubra que dirigir la empresa es un don de Dios; la Iglesia y sus colegas le ayudarán a encontrar las respuestas a su moral.

Por tanto, es necesario establecer claramente que la propiedad privada es, en efecto, la piedra de toque de las relaciones entre la Iglesia Católica y el Estado capitalista. La Iglesia puede criticar el *capitalismo salvaje*, predicar por la defensa de los pobres del mundo y la regulación económica y social, pero sin proponer un cambio del orden existente. En revancha, la Iglesia avala y apoya los valores naturales de la sociedad capitalista. Ella realza las virtudes de la economía de mercado: la libertad, la democracia política, la armonía y la cooperación de las comunidades. La Iglesia católica habla de una ética del capitalismo y de una ética del empresario basada sobre el principio axiológico del amor a la persona.

Este nexo particular entre los valores morales de la sociedad capitalista y los principios de religiosos cuya base es la propiedad privada es de especial importancia; los principios eternos e inmutables de la religión cristiana se funden con los valores morales de la sociedad liberal; esto contiene una contradicción insuperable, pues la esencia de los valores y principios de la Iglesia son de naturaleza diferente a los valores morales de la sociedad liberal.

Los valores de la Iglesia postulan la libertad, la igualdad y la justicia entre los hombres de buena voluntad; aquí los hombres son conceptuados como enteramente iguales frente a Dios, en cambio los valores de la sociedad capitalista expresan el primado de la clase dominante. Por esta razón, la libertad, la igualdad, la justicia y la seguridad son relativas.

La investigación debe denunciar y explicar los hechos; en este sentido no se trata de ver si la propiedad privada "es buena" o "es mala", sino de establecer a través del análisis de los hechos y los discursos los nexos particulares establecidos entre la Iglesia, la burguesía y su Estado a la luz del dominio del modo de vida capitalista en la época actual.

En consecuencia, la unión entre los valores religiosos y los valores laicos es un arreglo artificial nacido de la comunidad de intereses de la Iglesia, la burguesía y el Estado a escala mundial; de esta manera, la Iglesia estableciendo *una ética para el jefe de empresa* y una justificación moral de la ganancia contribuye a la constitución de la ideología del capital y, por tanto, de la ética de los negocios.

Esta fusión particular del pensamiento religioso con la ética de los negocios da origen a una forma propiamente dicha que podemos nombrar *la ética de los negocios y la religión*. La Iglesia católica al alimentar a la ética de los negocios contribuye a la constitución de la ideología del capital; en ese quehacer, la Iglesia católica debe traicionar la imparcialidad frente a frente los asuntos del mundo, pero sobre todo ella debe traicionar el mensaje original de Jesús de Nazareth, *el hombre que deviene Dios*.

d. La confusión de palabras

La ética de la empresa está construida sobre conceptos, categorías, nociones, cuyos naturaleza y origen como vemos son diferentes (Cuevas, 2005a y 2005b). Ella es una articulación particular entre el conocimiento de la economía, la administración y la ética; sin embargo la ética de los negocios también se articula con el saber proporcionado por la religión, bien que ello no es sino una forma secundaria subordinada a la articulación primera; pero quedan una serie de conceptos que no pertenecen a ningún cuerpo teórico, ni a la economía, ni a la ética, ni a la administración, ni a ningún otro sistema de conocimiento cualquiera; aunque resulta necesario diferenciar esos conceptos de otros de creación nueva cuya definición e integración al conocimiento científico se encuentra aún en proceso.

Es así que las teorías de las organizaciones y de la administración nombran *la cultura de la empresa, la ideología de la empresa o el performance de la empresa*. La filosofía de la ciencia debe demostrar que esos conceptos son, en efecto, el resumen de aspectos, de cualidades o de relaciones del fenómeno; es decir que ellos son las generalizaciones básicas para una explicación racional y objetiva del fenómeno; es una tarea que la epistemología de la administración tiene que resolver; esto es, establecer el carácter científico y de saber sus categorías, juicios y principios; su lugar dentro del conocimiento y los límites de su objeto de estudio que es la realidad económica, social, cultural, ideológica y simbólica que es la empresa y las organizaciones.

Por otra parte, lo mismo sucede con el concepto *ética de la empresa* o *ética de los negocios*; Naudet en el coloquio *Éthique en l'Entreprise* (2000) señala las dificultades de hablar de una *ética en empresa*, o de *ética de la empresa*. Así, cuando uno habla de ética en la empresa, uno considera *que los hombres son quienes en la empresa deben tener ética*. Mientras que cuando uno habla de ética de la empresa, uno se refiere a ésta como *si la empresa fuera una persona, que tuviera en sí misma una moral. De igual modo uno puede referirse a la ética dentro la empresa*, o ética en gestión de la empresa; además, Daigne y De la Bruslerie hacia 1986 y 1992 señalan las dificultades de la traducción de los términos para una ética de los negocios en Francia, refiriéndose a una *ética de la gestión*, que subraya el aspecto normativo de todas las decisiones de administración.

En consecuencia, por lo anterior es que sin desconocer las diferencias, nosotros decidimos utilizar la categoría de *ética de la empresa* o *ética de los negocios* tratando de aprehender una problemática común a todos los autores que hemos analizado y porque desde esa categoría, las relaciones morales de la empresa basadas como *totalidad de la praxis* deviene en objeto de análisis científico.

Los conceptos extraídos del pensamiento de los grandes filósofos, sociólogos y economistas de los cuales la ética de los negocios se sirve. Tomando en cuenta la clasificación de los conceptos referidos, en la ética de la empresa existen: a) conceptos que podrían ser parte de la ciencia; b) conceptos que difícilmente podrían formar parte de la ciencia o disciplina; c) conceptos extraídos de la ciencia.

En ese sentido, la ética de los negocios es la síntesis de esa triada de conceptos; por tal razón el discurso de la ética de la empresa asume la forma de ideología en el sentido de Marx y Engels (1982) y por lo mismo ella puede funcionar como ideología. Con lo anterior descubrimos un trazo fundamental de esa ideología del capital que es la ética de los negocios; pero este ensamblaje de conceptos desemboca en otro rasgo característico importante: nos referimos a la *confusión de palabras*.

Samuelson (1968) explica la *tiranía de las palabras* para designar el uso inadecuado de los términos en las ciencias sociales: ya sea la utilización de conceptos para designar un mismo objeto; ya sea la utilización de un mismo concepto para fenómenos de naturaleza diferente (Samuelson 1968: 28-29). Es cierto que en la ética de los negocios uno encuentra esa *tiranía de las palabras*; pero en el discurs-

so, esa tiranía deviene una confusión de palabras, la cual es uno de los pilares que sostienen la ética de la empresa o ética de los negocios en tanto que forma de ideología del capital de la época de la informatización.

Recordemos, por ejemplo, la falta de acuerdo, notada por la doctora Averos (1996) sobre los conceptos de ética y de moral. En el discurso de la ética de la empresa, ésta es una de las dificultades que uno debe superar para aprehender su contenido; ciertamente, la clara diferenciación entre el contenido de la ética y de la moral no es un asunto de la ética de la empresa.

Sin embargo, nosotros hemos enfrentado de manera inexcusable para comprender la reflexión cómo se construye la ética de la empresa o ética de los negocios; sin embargo, ninguno de los autores conocidos por nosotros enfrenta esa ausencia de definición entre la moral y la ética; aunque ellos hablan de *valores morales de la empresa*; de *una integración de la dimensión ética al management*; de *un management ético*; de *una moral colectiva* (Even-Granboulan, 1988); de la *morale de choix*, de la *ética de la sumisión* (De La Rochefoucauld et Pietri, 1993) *una ética operatoria*; (Claude, 1998) de *una ética del compromiso* (Moussé, 1989, 1993) de *una macro-ética*, de *una micro-ética*, de *una ética global* (Daigne, 1991) del *management socialmente responsable* (Boyer, 2002), en fin, de una *ética estratégica* (Salomon y Hanson, 1989).

En consecuencia, esos autores alimentan más la confusión de palabras con términos de calidad científica más que dudosa. Además, esas nociones sirven para establecer las recomendaciones para "un comportamiento moral" de los hombres que trabajan para la empresa. Samuelson (1968) señala con fuerza que querer ajustar la práctica a la teoría es un grave error en el cual cae el investigador social. Entonces ahí, los escritores de la ética de la empresa cometen un doble error: 1) la ética de la empresa pretende ajustar el comportamiento moral de los hombres, 2) a partir de conceptos extranjeros al conocimiento científico o manipulando las realidades sociales que son los valores morales.

Sin embargo, esas nociones desprovistas de un apoyo científico sirven para construir el discurso de la ética de los negocios; además, dan una apariencia de conocimiento y de coherencia al discurso de los autores de la ética de la empresa. Esas nociones borran las verdaderas relaciones económicas, políticas e ideológicas de

la empresa capitalista; desafortunadamente, después esas nociones son retomadas por los estudiantes, los investigadores y el público, para explicar y hablar de una ética de los negocios.

Finalmente, si esas nociones desnudas de contenido científico y de saber pueden funcionar en el discurso de la ética de la empresa es porque ellas forman un entramado con el pensamiento económico, administrativo, ético, sociológico, político, jurídico, asumiendo la forma apariencia de verdad; por eso la ética de los negocios es una forma de ideología del capital para la administración de las empresas. Por ejemplo, Le Tourneau (2000), quien pretende hacer una síntesis de la ética de los negocios continúa el camino inaugurado por Gélinier (1991) reproduciendo las contradicciones señaladas por nosotros a la ética de la empresa en su construcción: 1) asimilación sin sentido crítico del pensamiento ético; 2) la sustitución ficticia del objetivo primero de la empresa (la ganancia) por el florecimiento del hombre; 3) la sobrestimación de los valores morales para el éxito de la empresa; 4) en fin, el ajustamiento del comportamiento moral de los individuos a través de un discurso se dice sabio.

Resumen y conclusión

1. Las formas propiamente dichas, es decir, tal como ellas aparecen en la superficie fenoménica; pero una vez asimilado su contenido que hemos estudiado en este trabajo son *la ética de los negocios* y la religión, así como *la confusión de palabras*. Esas formas expresan el contenido de esta ideología del capital llamada ética de la empresa o ética de los negocios.
2. La doctrina social de la Iglesia cristiana justifica moralmente el capitalismo, la ganancia y la empresa estableciendo un puente entre su doctrina y los valores naturales del hombre, especialmente el derecho de propiedad; además, la doctrina social de la Iglesia cristiana identifica la obtención de la ganancia y la moral del empresario con el bien común. De ahora en adelante, el empresario, como hombre virtuoso, como hombre cristiano, alcanzará la salvación respetando los valores morales y sociales históricos y transitorios del capitalismo.
3. La doctrina social de la Iglesia establece un vínculo particular entre los valores religiosos y los valores laicos sobre el que se estructura su discurso para la empresa; en consecuencia, contribuye a la constitución de la ética de los negocios como ideología del capital.

4. La *confusión de palabras* es la última forma propiamente dicha de la ética de los negocios. En sí la ética de los negocios se presenta como esa síntesis del pensamiento económico, administrativo, ético, sociológico con el saber y las nociones vulgares para constituirse como un cuerpo coherente y una verdad común para todos. *Verdad* que oculta las relaciones de propiedad, autoridad y poder características de la sociedad capitalista; por eso, ella es una ideología en el sentido de Marx y Engels.
5. En suma, *la ética de los negocios* es un nombre que tiene la ideología del capital para la empresa; por lo tanto, sólo por equivoco se puede creer que tiene un contenido ético; sin embargo, es de esta manera contradictoria como se trasluce el hecho de que es *el hombre y sus relaciones sociales y espirituales* el verdadero objeto de análisis científico.

Bibliografía

- ANTOINE, J. ; *Valeurs de la société et stratégies des entreprises. Essai de prospective*, PUF, France, 1996.
- ARCHIER, G. et Sérieyx, H. ; *L'entreprise du 3e type*, Editions Seuil, Paris, 1984.
- AURIAC, J-M (et autres) ; "Economie d'entreprise", Tome 2, *Stratégie de l'entreprise et éthique*, éditeur, Technipus, Paris, 1996.
- AVEROS, V. ; *L'éthique dans l'entreprise, essai de définition et d'évaluation des pratiques actuelles par les codes d'entreprise*, thèse, Université de Poitiers, 1996.
- BOYER, A, et al.; *L'impossible éthique des entreprises*, Éditions d'Organisation, Paris, 2002.
- CUEVAS MORENO, R. ; "La construction de l'éthique de l'entreprise. Première Partie. Les formes à partir de l'adoption de l'éthique", en *Contaduría y Administración*, No. 216, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM, México, 2005a.
- CUEVAS MORENO, R. ; "La construction de l'éthique de l'entreprise. Seconde Partie. Les formes à partir de l'adoption de l'économie par l'éthique de l'entreprise", en *Contaduría y Administración*, No. 217, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM, México, 2005b.

- CLAUDE, J-F. ; *L'éthique au service du management*, Les Éditions LIAISONS, Paris, 1998.
- DAIGNE, J-F. ; *L'éthique financière*, PUF collection que sais-je ? Numéro 2604, Paris, 1991.
- DE LA ROCHEFOUCAULD (la) et Pietri, R. ; *L'entreprise et la société au service de l'homme*, Editeur TEC & DOC - Lavoisier, Institut de la Boétie, Paris, 1993.
- DERMAGNE, J. ; *Révolution chez les patrons ? L'entreprise citoyenne*, Bayard Editions, Paris, 1996.
- DRYANCOUR, G. ; *Les entreprises et l'éthique économique*, Université d'Aix-Marseille 3, Thèse pour le doctorat en sciences économiques, France, 2000.
- EVEN-GRANBOULAN, G. ; *Ethique et Economie. Quelle morale pour l'entreprise et le monde des affaires?*, Paris éditeur L'Harmattan, 1988.
- FALISE, M. et Regnier, J. ; *Repères pour une Ethique d'Entreprise*, éditeur Centre d'Ethique Contemporaine, France, 1992.
- GÉLINIER, O. ; *L'éthique des affaires. Halte à la dérive*, Editions du Seuil, Paris, 1991.
- HARDT, M. et Negri, A. ; *Empire*, traduit de l'américain par Canal, D-A, Paris Exils Editeur, 2000.
- LANDIER, H. ; *Vers l'entreprise intelligente. Dynamique du changement et mutation du changement*, Editions Calmann-Lévy, Paris, 1991.
- LE TOURNEAU, P. ; *L'Ethique des affaires et du management au XXI siècle, Essai*, éditeur Dalloz, Paris, 2000.
- MARX, K. ; *Introduction générale à la critique de l'économie politique*, Bibliothèque de la Pléiade. Œuvres I Economie, édition établie, présentée et annotée par Maximilien Rubel. NRF Gallimard, Paris, 1965a (1857).
- MARX, K. et Engels, F. ; *L'Idéologie allemande*, Bibliothèque de la Pléiade. Œuvres III Philosophie, édition établie, présentée et annotée par Maximilien Rubel. NRF Gallimard, Paris, 1982b (1846).

- MARX, K. ; *A propos de la question juive*, Bibliothèque de la Pléiade. Œuvres III Philosophie, édition établie, présentée et annotée par Maximilien Rubel. NRF Gallimard, Paris, 1968c (1844).
- MORISHIMA, M. ; *Capitalisme et confucianisme. Technologie occidentale et éthique japonaise*, Flammarion, France, 1986 (1982).
- MOUSSE, J. ; *Éthique et entreprises*, éditeur Vuibert, Paris, 1993.
- MOUSSE, J. ; *Fondements d'une éthique professionnelle*, Les Editions D'Organisation, Paris, 1989.
- NAUDET, J-Y. ; (dirigée), *Ethique des affaires : de l'éthique de l'entrepreneur au droit des affaires*, Collection Ethique et Déontologie, Editeur Librairie de l'Université d'Aix-en-Provence, 1997.
- NAUDET, J-Y. (sous la direction) ; *Morale économique. Des fondements religieux à l'éthique en entreprise*, Actes du colloque d'Aix en Provence 2 et 3 juillet 1998, Librairie de l'Université d'Aix en Provence éditeur Frédéric Couffy, 1999.
- NAUDET, J-Y. (sous la direction) ; *Ethique en Entreprise*, Colloque franco-québécois. Collection éthique et Déontologie. Aix-en-Provence. Editeur Librairie de l'Université d'Aix-en-Provence, 2000.
- NOVAK, M. ; *Une éthique économique. Les valeurs de l'économie de marché*, Les Editions du Cerf, Paris, 1987 (1982).
- SAMUELSON, P., A. ; *L'économie. Techniques d'analyse économique*, Librairie Armand Colin, Traduction de Fain, G. ; 1968, septième édition, Paris, (1967).
- SALOMON, R.C. et Hanson, K.R. ; *La morale en affaires clé de la réussite*, Éd. Organisation, Paris, 1989.
- TAYLOR, W. F., *Los principios del management científico*, traducción Alicia Arrufat, quinta edición, Ediciones Orbis, España, 1986 (1911).
- WEBER, M. ; *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, éditeur, Plon, Paris, 1967. (A)