

BUSINESS ETHICS.
A PHILOSOPHICAL READER

THOMAS I. WHITE, MACMILLAN, NUEVA YORK - TORONTO, 1993

EL PROFESOR Thomas I. White, de Princeton, comienza este volumen con una apuesta bastante fuerte: que la ética empresarial ha madurado de una mera discusión acerca de la responsabilidad social de las empresas a una rama completamente nueva de la filosofía, con integridad temática y sofisticación metodológica propias. Por “ética empresarial” entiende él una especie de “ética filosófica”; es decir, una valoración racional y secular de la acción y la virtud o excelencia humana, basadas en unas nociones de “bienestar” y de “felicidad”. Por tanto, distingue claramente la ética empresarial de las aproximaciones legales, religiosas, culturales y profesionales al comportamiento humano: éstas —supuestamente— están ‘manchadas’, por lo general, con subjetivismo, arbitrariedad e irracionalidad. En la Antigüedad, la

ética filosófica se concentraba en la naturaleza de la virtud moral tal y como se manifestaba en el carácter; hoy en día, enfoca casi exclusivamente la calidad moral de las acciones según criterios teleológicos o deontológicos. Aunque Sócrates mientras andaba por el Agora ateniense, pudo haberse enfrentado con cuestiones de la vida en general, nunca trató problemas éticos de los negocios. Por consiguiente, para White, la ética empresarial no es sólo una nueva rama de la filosofía, sino también una especialidad distintivamente “moderna”.

El libro responde muy bien a los requisitos de un texto básico y de una antología; también cumple con creces el papel de un prontuario para quien quiera iniciarse en la investigación en la ética empresarial, dada la amplitud y autoridad de sus selecciones. “Así este libro intenta responder a

las necesidades de filósofos que prefieren acercarse a la ética empresarial mediante textos filosóficos, exclusivamente, en lugar de una combinación de ensayos éticos, legales y de gestión. No obstante, cada capítulo termina con unos casos que ilustran las cuestiones teóricas que se investigan.” (vii) Que muchos filósofos profesionales se encuentran perplejos y necesitan una suerte de guía al toparse con problemas de ética empresarial, está fuera de duda. Que lo mejor sea acudir —en la medida de lo posible— solamente a textos filosóficos, cuando se procura entender y resolver esos problemas, es bastante controvertido. De hecho, ni siquiera White parece haberlo conseguido, a no ser que consideremos la contribución de E.F. Schumacher, “Ética Budista: el Trabajo” o la de Daviw W. Ewing, “La Propuesta de una Declaración de los Derechos del Empleado” como textos estrictamente filosóficos. Quizás incluso deberíamos decir que el embarcarse en tal empresa, el limitar el análisis de problemas éticos en los negocios sólo al filosófico, no es de ningún modo posible. Un rasgo característico de los dilemas de ética

empresarial es, precisamente, su “interdisciplinariedad”. Finalmente, como pronto descubriría cualquiera que lo intentase, enseñar ética empresarial sin utilizar casos está mal, resultaría un ejercicio fútil. Difícilmente podría haber un campo de la filosofía, aparte de la ética empresarial, donde la teoría estuviese más intrínsecamente ligada a la práctica.

White se describe a sí mismo como un filósofo en una escuela de negocios. Puesto que lo que se espera de los filósofos es que establezcan cierto orden en los asuntos de los que tratan, nuestro autor, sin duda, ha tenido éxito. El ensayo introductorio “Ética y Empresa” dibuja claramente la organización del libro, y las introducciones breves de cada capítulo resultan muy eficaces para señalar los puntos sobresalientes de los artículos que siguen. Hay un flujo lógico y suave de las cuestiones teóricas y macro a las prácticas y micro. Entre las primeras se incluyen discusiones acerca de la “Moralidad del Capitalismo”, “La Justicia Distributiva”, “El Trabajo y el Bienestar Humano”, “La Responsabilidad Social Corporativa”; mientras que entre las últimas destacan los tra-

tamientos incisivos e interdisciplinarios de problemas como “El ‘Faroleo’ en los Negocios”, “El Tráfico de Información Confidencial”, “Los Derechos de los Empleados y la ‘Privacidad’”, “El ‘Chivatizo’”, “La Discriminación Positiva”, “El Acoso Sexual”, “Fusiones y Adquisiciones”, “La Globalización”, “La Empresa y el Medioambiente”.

Junto a los méritos arriba mencionados, sin embargo, se acusa en la obra un excesivo “americano-centrismo” en la presentación de los problemas éticos que afectan a una actividad como la empresarial, que supuestamente desconoce fronteras. Al margen de las posibles disgresiones acerca del “relativismo cultural” y el impacto de las empresas multinacionales en sus países anfitriones (particularmente, los del Tercer Mundo), existe una fuerte tendencia —aunque quizás no sea intencionada— a hacer de los intereses y de las prácticas norteamericanas el

“valor-oro” o patrón. La línea divisoria tenue —pero no por ello, menos significativa— entre lo “culturalmente relativo” y lo “culturalmente relevante”, de algún modo, ha quedado borrosa o se ha perdido. Por ejemplo, ¿cómo se comparan las fórmulas de propiedad y gestión de las grandes multinacionales norteamericanas con los keiretsus japoneses y los chaebols coreanos? ¿Cuáles son las repercusiones de estas diferencias en el papel del gobierno estatal en la empresa, en la responsabilidad corporativa, y en la ‘justicia distributiva’ etc. Las conexiones entre los caracteres individuales de los empresarios, las prácticas establecidas en sus corporaciones u organizaciones, y los ethoi más amplios de sus medios originarios o adoptivos, seguramente, merecen una atención más meticulosa que la que han recibido en esta obra.

Alejo Sison

