

La ética del mundo en que vivimos

ETHICS IN THE GLOBAL SOCIETY CAN SERVE AS A REFERENCE POINT SO AS NOT TO LOOSE OUR WAY IN THIS CHANGING AND UNCERTAIN WORLD. A SERIES OF ETHICAL PARAMETERS ARE SUGGESTED TO FACILITATE THE PROACTIVE NATURE OF EACH PERSON IN HIS/HER RELATIONS WITH THE WORLD.

KEYWORDS: ETHICS, GLOBALIZATION, CHANGE SOCIETY.

HACE UNOS MESES ESCRIBÍA EN OTRO SITIO (Fontrodona, 2001)¹ que habíamos entrado en un nuevo siglo sin que las cosas hubiesen cambiado demasiado. Tras los atentados terroristas del pasado 11 de septiembre no puede decirse lo mismo. Las escalofriantes imágenes de las torres del *World Trade Center* derrumbándose con una inimaginable perfección técnica ponían de manifiesto hasta donde puede llegar el ser humano en el uso de su libertad. A estas alturas se habrán utilizado estos sucesos para ilustrar muchos temas, pero al que me querría referir en este artículo es a la necesidad de contar con parámetros éticos que orienten adecuadamente la acción humana. No se puede dejar el futuro de la humanidad en manos del progreso técnico ni del bienestar económico, porque –y quizás la imagen tenga un punto de macabra- cuando se expulsa a la ética por la puerta, acaba entrando por la ventana.

Lo cierto es que en estos tiempos se ha hablado mucho –explícita o implícitamente– de ética. La única pena es que tengamos que esperar a llegar a estas situaciones límite para darnos cuenta de que la ética es importante. Al margen de los acontecimientos puntuales, la ética puede servirnos de punto de referencia para no perdernos en este mundo cambiante e incierto.

I. PARÁMETROS ÉTICOS

La ética es la ciencia que estudia cómo las acciones humanas influyen en

Nf 001

Joan
Fontrodona

Profesor adjunto de Ética
Empresarial.
IESE, Barcelona
fontrodona@iese.edu

¹ En el que se basa el presente artículo.

el propio desarrollo del hombre, modificando sus valores y creencias, adquiriendo hábitos y virtudes, edificando su personalidad. Se trata, por tanto, de que el hombre no actúe al vaivén de los cambios exteriores, sino que sea capaz de adoptar un papel proactivo en su relación con el mundo. Desde la ética pueden definirse algunos parámetros que ayuden a orientar la acción humana. Algunos de estos parámetros son los siguientes.

Orden. La globalización tiene muchas cosas a favor, nos abre infinitas posibilidades de actuación. La supresión de barreras y de límites es siempre algo bueno para favorecer la libertad humana. Pero, al mismo tiempo, podemos correr el peligro de perdernos ante un mundo que de pronto se nos torna inmediato. Entonces, lo cercano y lo lejano se confunden; se empieza a confundir también lo real y lo virtual; y, más aún, se confunde lo importante con lo urgente. Por tanto, necesitamos un cierto *orden*, para poner en la debida perspectiva las ventajas y los inconvenientes, las promesas y las realidades, las modas y las responsabilidades de la globalización.

El afán por la globalización no debe hacernos perder de vista que el hombre es un ser a la vez espiritual y corpóreo, que necesita referentes para su actuación: la familia, el ejemplo de aquellos que le merecen autoridad, la legislación, o modelos a quienes imitar.

Finalidad. El progreso tecnológico pone de manifiesto la enorme potencialidad de la inteligencia humana. Pero no deja de ser una técnica, que puede ser bien o mal utilizada, porque además no le corresponde a ella determinar los fines.

Desde la tecnología no se puede dar respuesta a preguntas sobre el por qué o el para qué de las cosas, sino tan sólo sobre el cómo. Pero dejar a la tecnología una autonomía de acción es lo que ha provocado la aparición de numerosos efectos perversos. Por tanto, es importante plantearse el para qué y no solamente el cómo.

Radicalidad. Se habla mucho últimamente de la *sociedad del conocimiento*: construimos edificios inteligentes, gestionamos el conocimiento en las empresas, y navegamos por autopistas de la información. De todos modos, nos equivocaríamos si pensásemos que la sociedad del conocimiento se reduce a disponer de sofisticados ingenios electrónicos que hacen más fácil el acceso a la información.

También es necesario no confundir la sociedad de conocimiento con tener más información, porque una cosa es tener información -algo externo que se halla a nuestra disposición- y otra cosa conocer -algo que sucede en el interior del sujeto. Tener información es un medio para conocer, pero tener más información no significa necesariamente tener un mejor conocimiento.

Es necesario no perderse en una cantidad ilimitada de información, sino considerar que esto es medio para un fin, que es conocer con más profundidad el hombre y el mundo, esto es, ir a su raíz o a su esencia. La cantidad de información no puede sustituir a la calidad o a la relevancia de esa información para nuestras decisiones.

Visión a largo plazo. La competencia tiene efectos muy positivos sobre la acción humana: incentiva la creatividad, requiere una actitud proactiva del directivo, equilibra el poder y da mayor importancia al cliente, mejora el servicio y reduce los precios.

La competencia no puede entenderse sólo como una lucha por el poder o por la cuota de mercado, porque entonces la convivencia se convierte en un juego de suma cero. La competencia hay que entenderla, antes que nada, como “ser competentes” o ser capaces, estar preparados para llevar a cabo las actividades de la empresa. Se habla así de las competencias distintivas de la empresa, o del desarrollo de competencias directivas. Esto exige pensar en un plazo más largo que el que exige la reacción del mercado. Una institución funciona bien si tiene objetivos a *largo plazo*, persiguiendo los cuales la institución crece y se convierte en agente de cambio, porque es capaz de transformar fines inmediatos en medios para la obtención de fines superiores.

El hombre es más libre cuanto más capaz es de convertir fines en medios, porque entonces tiene menos limitaciones para su acción. Por el contrario cuando un medio es amenazado, la protección ante esta amenaza se convierte en fin, y nos coloca a la defensiva. La competencia tal como es hoy entendida, provoca una actitud defensiva en las empresas, que las hace menos libres para perseguir fines más altos que la cotización diaria en el mercado bursátil.

Primacía del ser sobre el tener. A través del consumo satisfacemos nuestras necesidades, y, por tanto, puede decirse que el consumo es una fuente de bienestar. En esta tarea es donde las empresas cumplen su función social, puesto que les corresponde a ellas proporcionar aquellos bienes y servicios útiles que la sociedad demanda.

Pero el hombre no sólo necesita satisfacer necesidades materiales. El consumo se dirige a un tipo de bienes que se caracterizan por agotarse, por consumirse. Son bienes que podríamos llamar “excluyentes”, porque no se pueden compartir, o mejor dicho, porque disminuyen al ser compartidos: un pastel, los cargos directivos en la empresa, las oficinas o los beneficios. Sin embargo, hay otros bienes que no se comportan así, sino todo lo contrario, al compartirse crecen: la amistad, el amor, la solidaridad. Estos bienes compartibles crean unas relaciones sociales que se fundan en el valor de las personas y no en el precio de sus servicios.

Los bienes excluyentes se mueven en el orden del tener –el orden de la propiedad– mientras que los bienes compartibles se mueven en el orden del ser, porque pertenecen al interior de la persona. Por tanto, frente a un consumismo que se mueve en el orden del tener, hay que reclamar una *primacía del ser*. Sólo sabiéndome quién soy, puedo hacer un uso adecuado de aquellas cosas que tengo.

Principios. Parece que en nuestras sociedades valoramos las acciones de la personas en términos de éxito, resultados económicos, portadas de los periódicos y revistas. La lógica de los resultados se guía por el principio de

que “lo eficaz es verdadero”, es decir, que sólo importa aquello que demuestra su eficacia.

No obstante, no puede haber una referencia a los resultados sin una referencia a los *principios*, porque es sólo desde los principios como los resultados se pueden observar, analizar y juzgar. En la acción humana no es posible distinguir entre hechos y valores, porque los hechos están siempre tamizados por los valores: juzgamos desde nuestras creencias y principios. Esto no significa necesariamente caer en el relativismo. La decisión es subjetiva porque es del sujeto -quien decide desde sus convicciones-, pero no es subjetivista, en el sentido de que no todos los principios o valores subjetivos son igualmente buenos para el hombre. De este modo, la ética debe tener en cuenta no sólo la responsabilidad de los resultados, sino también los principios desde los que se evalúan estos resultados.

2. SABER RECTIFICAR, SABER ESCUCHAR, SABER PERDONAR

En cierta forma, todos nosotros somos herederos de la modernidad, cuyo momento culminante fue la Revolución Francesa con su lema de “libertad, igualdad y fraternidad”. Estas tres palabras marcan de algún modo las aspiraciones del hombre, y han sido también un referente continuo de las reflexiones que los seres humanos hemos hecho sobre nosotros y sobre nuestro mundo.

Las ideas de libertad e igualdad han sido ampliamente tratadas y buscadas como ideales. No así la idea de fraternidad, que hasta las últimas décadas del siglo XX no ha recibido la misma atención que sus dos compañeras. Hemos luchado por un mundo más libre y más igualitario, pero el olvido de la fraternidad nos ha llevado a una sociedad más individualista, y a sus corolarios de relativismo, permisivismo, cumplimiento de mínimos y a dejar en manos del Estado las responsabilidades sociales.

La libertad no puede entenderse simplemente como una ausencia de constricciones físicas, ni tampoco como una simple capacidad de elegir. La libertad tiene una dimensión más profunda, porque los hombres somos esencialmente libres. La libertad nos ayuda sobre todo a ser menos dependientes de nuestro entorno, a tener una plenitud interior más rica. La libertad nos reclama una actitud de *saber rectificar*, porque nada es más enemigo de la libertad que el empeñarse en el error, aunque tengamos la “libertad” de hacerlo.

La igualdad radica también en la persona, porque todos, más allá de las diferencias sociales o económicas, tenemos una igualdad radical, la de compartir una misma naturaleza. La igualdad no significa tratar a todos por igual, ni es tampoco facilitar las mismas oportunidades para todos. La igualdad es tratar a cada uno con el respeto que se merece, sin dejarse llevar por discriminaciones injustas.

Una buena actitud para fomentar la igualdad es la de *saber escuchar*. El directivo que sabe escuchar a sus empleados, empieza a considerarles como sus iguales. La igualdad no significa que todos tengamos la misma posición

social, sino que todos seamos respetados a pesar de nuestras diferencias.

Por último, la fraternidad no es sólo vivir la justicia, sino que reclama vivir la virtud de la solidaridad. El ideal de fraternidad está también profundamente enraizado en la naturaleza humana, porque el hombre es un ser social por naturaleza, es decir, necesita reconocerse como persona en otros, coexistir con otros.

Una buena actitud para ayudarnos a crecer en el ideal de fraternidad es la de *saber perdonar*. Saber reconocer que los demás pueden equivocarse es el primer paso para hacer una sociedad solidaria, en la que la debilidad de unos se suple con el esfuerzo de todos.

Quizás esta actitud de saber perdonar sea el mejor modo de intentar recuperar una normalidad que desde el pasado mes de septiembre anda un poco alterada. ■

2001 N°1 **ESE I28**

NOTAS

JOAN FONTRODONA

BIBLIOGRAFÍA

■ Fontrodona, J. (2001). Para no perdernos en la globalización: una reflexión desde la ética. *Harvard Deusto Business Review*, ene-feb, 16-25.