

MG. PROF. AQUILES ERNESTO MOREIRA *aquiles_moreira@yahoo.com*

PROFESOR ADJUNTO DE FILOSOFÍA

SEDE SALTA, SEDE METÁN - ROSARIO DE LA FRONTERA Y FACULTAD MULTIDISCIPLINAR DE TARTAGAL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y SOCIALES - UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA

Aristóteles y la Responsabilidad Social Empresaria: Un encuentro furtivo

Introducción

Tal como indica el título de este trabajo, intentaremos mostrar un punto de encuentro entre dos perspectivas que, aparentemente son distantes, no sólo en el tiempo si no también desde el punto de vista ideológico: el pensamiento de Aristóteles y la concepción moderna de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE). En cuanto a lo primero, la distancia temporal está dada, como sabemos, porque el estagirita vivió en el siglo III a. C. en el mundo griego y cuando hablamos de Responsabilidad Social Empresaria (RSE), nos remitimos a un desarrollo que es relativamente reciente propio de la contemporaneidad. Sobre lo segundo, lo ideológico, poco tiene que ver Aristóteles con un neoliberalismo surgido varios siglos después en un mundo moderno. Aristóteles fue defensor de una posición un tanto contraria, un comunitarismo con características particulares a su contexto histórico.

Por ello, el encuentro que proponemos adquiere características de una aventura ciertamente furtiva¹, no en el sentido de indebido, sino en cuanto a que no se establecen relaciones totales o que puedan extenderse al pensamiento de una manera íntegra a Aristóteles.

Realizamos un uso de la concepción de Aristóteles con el objetivo de intentar aportar a las raíces de esa Responsabilidad Social Empresaria, puesta en el centro de los debates en el mundo empresarial, aunque no podamos aplicar de manera exacta ese molde. Buscamos encontrar puntos en común que muestren el lugar desde donde filosóficamente se pueda fundamentar la relación entre el pensamiento aristotélico y las actuales relaciones entre las empresas y sus entornos sociales.

Desarrollo

Si Aristóteles viviera hoy, seguramente observaría con recelo esta versión tan interesada en obtener beneficios de un obrar generoso, más cercana al utilitarismo que tiene la Responsabilidad Social Empresaria que a su amor al saber mismo. Se trata de un obrar impulsado por la finalidad a la que se quiere llegar, siempre desinteresado, casi sagrado, tan alejado de las delicias del marketing, esa nueva dimensión de la virtualidad. Así, en principio, cuesta encontrar desde esta perspectiva un lugar común de discusión. Por ello, la palabra furtivo, como anticipé, adopta en este caso la idea de no tener “permiso” para establecer una relación en tanto que es aparentemente opuesta.

No hay que olvidar que Aristóteles deja entrever en algunos de sus escritos “lo que se debe hacer”, lo que lo convierte en precursor de la teoría del deber, que será central en la teoría kantiana. Y esta teoría ya se ubica en las antípodas de la RSE, por cuanto si una empresa realiza una buena acción, concretada en un bien a la comunidad, no debe esperar una retribución, como sí lo esperan las empresas cuando realizan un aporte a la comunidad. De hecho, hay una especulación, referida a cuánto puede redituar a la empresa en términos de ganancias aquel bien realizado, ya que un objetivo central en la empresa es

maximizar las ganancias. Este objetivo no es reprochable, si no se consigue a cualquier precio, incluida una legitimación de las desigualdades o injusticias que acontecen en la comunidad donde operan.

Por otro lado, Aristóteles advierte que la riqueza es un medio y no un fin, que la riqueza sirve o puede ser utilizada para encontrar la felicidad. Desde esta perspectiva el abuso en la maximización de las ganancias de una empresa a costa de ignorar a la sociedad en la que se desenvuelve y de la que forma parte, nunca permitiría el logro de aquella felicidad aristotélica. Algo contrario a este pensamiento ha expresado Milton Friedman (Premio Nobel de Economía, 1976), quien planteaba que el único deber de una empresa es procurar ganancias a sus accionistas, olvidando al resto de la sociedad. Una perspectiva un tanto escondida con respecto al conjunto de la sociedad. Debeljuh cita a Friedman al respecto: “Hay una sola y única responsabilidad social de los negocios y es incrementar los beneficios siempre que se permanezca dentro de las reglas de juego, lo cual significa participar en una competencia abierta y libre sin decepción o fraude” (Debeljuh, 2009, p. 40). La única responsabilidad ante la sociedad es aumentar los beneficios dentro de las reglas de juego, en este caso las reglas de juego son las del libre mercado.

¹ Furtivo: que se hace a escondidas o de manera disimulada. Se aplica a la persona que caza o pesca sin tener permiso o cuando está prohibido. Que se hace a escondidas o de manera disimulada.

Sin embargo, Edward Freeman, según nos plantea Debeljuh, dejó entrever algunas limitaciones de las posturas economicistas. Para subsanarlas elaboró la Teoría de los Stakeholders, acuñó esta palabra para designar a todos los implicados en la buena marcha de una empresa, o sea aquellos grupos sociales que son afectados de alguna manera por las decisiones de la empresa. Como vemos, hay una mirada más amplia con respecto a las responsabilidades sociales de las empresas. Parece esto ser la antecala para hablar de RSE, por cuanto ya hay un reconocimiento de grupos sociales que se verían afectados por las decisiones de las empresas. De manera que, de la postura de Fridman, que ignora la responsabilidad social de las empresas con respecto al resto de la sociedad (sólo considera a sus accionistas -Shareholders-), a la postura de Freeman que sí establece un vínculo con la sociedad, se desemboca en una postura más amplia, de mayor complejidad en cuanto atiende a diversos elementos sociales que son obviados u ocultados por Fridman.

Evidentemente las implicancias y estímulos sociales del mundo en el que vivimos desarrollan una mirada más condescendiente con las injusticias sociales y una perspectiva de sustentabilidad que no se asumía en otro tiempo.

Podemos comparar el sentido de la RSE con la actitud desinteresada respecto al saber que tenían los griegos, que se refleja en las disputas de Sócrates y los sofistas (grupo de filósofos), quienes vendían su arte de argumentar al mejor postor. Sócrates y la filosofía de su tiempo desacreditan continuamente esta actitud de vender el saber a quien pudiera pagarla, al mejor postor. La filosofía es un amor al saber por el saber mismo. En la actualidad, vender el saber, o que se pague por ello, no lo veríamos como algo incorrecto o inmoral, todo lo contrario, sería una práctica cotidiana. Es habitual que un profesional venda su saber a la comunidad e incluso lógico pensar que se espere una retribución por el trabajo realizado. En el ámbito de las empresas, el accionar no es desinteresado. Por lo tanto, no encontramos coincidencias desde esta perspectiva.

Asimismo, Werner Schmalenbach, también citado por Debeljuh, sostiene en contraposición al influyente Fridman:

Que una empresa es algo mucho más vasto y rico, con mayor trascendencia que un simple mecanismo de generador de beneficios. Los bienes y servicios a los que la empresa da vida poseen, además más de un armazón económico, un profundo significado humano y, por consiguiente, una honda repercusión social. En consecuencia, la optimización que la empresa ha de conseguir no es sólo monetaria, sino, en función y a través de ella, rigurosamente personal, de perfeccionamiento (Debeljuh, 2.009, p. 41).

Nos detengamos en los puntos comunes en la concepción de la Responsabilidad Social Empresarial con los postulados de Aristóteles. Encontramos que hay, en los tiempos que corren, una vuelta de la empresa a mirar la sociedad, recreando un sentido que establezca lazos con la comunidad a la cual pertenece. Se observa en la perspectiva empresarial un propósito de retroalimentación con la comunidad de la cual obtiene su ganancia.

Dos mil trescientos años después, el argumento del estagirita puede rastrearse en la RSE, no de una manera estricta, pero sí en ese direccionamiento hacia la comunidad, en la cual solamente, según Aristóteles, se puede encontrar la felicidad. Esa virtud central del pensamiento aristotélico, la felicidad, se alcanza exclusivamente en una comunidad o marco social que le dé sentido a la vida.

Es importante la traducción de la palabra griega "eudaimonia", traducida como felicidad, porque adquiere matices que son enriquecedores para el tema que abordamos. Para ello recurrimos a Barker, a través del libro de Miguens, que nos dice al respecto:

La palabra felicidad acarrea consigo una asociación material con placer, y eudaimonía es una palabra con asociaciones diferentes y más elevadas. Tal como se la define en Política es un estado de actividad (y no de goce) que consiste en la energía y práctica de la bondad. Es más, una conquista que un acontecimiento (happening) (Miguens, 2001, p. 179)

Claro está, que la palabra bondad podría ser usada referida a las acciones que realizan las empresas sólo si le damos a esta palabra una perspectiva utilitarista, pragmática y con un claro sentido de sustentabilidad, teniendo claro que un objetivo de la empresa, aunque no sea el único, es obtener ganancias. Quizás la palabra más apropiada como objetivo es hacer el bien.

Y en la energía y práctica del bien, en la conquista que significa para la RSE o para una empresa, acercarse a la sociedad con una mirada más compasiva, más comprometida, puede verse como un terreno común entre esta felicidad, objetivo de la comunidad política de Aristóteles y la Responsabilidad Social Empresarial y su visión de sustentabilidad con compromiso social.

Aristóteles plantea que sólo se puede llegar a la felicidad en una convivencia social, sólo en la polis (su comunidad, su sociedad) se puede realizar un perfeccionamiento moral.

Hay que aclarar que esa felicidad es el objetivo principal de la vida y la finalidad específica de la comunidad política.

La comunidad y en este caso la polis griega, representaba algo importante para los griegos. Basta pensar en Sócrates, que es tentado a escapar y no acepta, una vez que es condenado a muerte. Rechaza esa propuesta de huir porque esto implica radicarse en el extranjero, perdiendo su posibilidad de vivir en Grecia (su comunidad), de la cual él y sus conciudadanos estaban orgullosos. La comunidad se convierte en dadora de sentido, de comprensión de la realidad y en horizonte de significados.

Otro dato importante es que, si bien hay una traducción cercana de la palabra griega "polis", que es precisamente ciudad estado, habitualmente no se usa esta traducción en virtud que tal palabra contiene el sentimiento de pertenencia a un orden común, que es precisamente uno de los valores de los griegos y que no está contenida en las palabras ciudad y estado.

Es precisamente esta idea de pertenencia, la que se desliza en la concepción de la RSE, que emerge en contraposición a las palabras de Friedman y que se torna fundamental para marcar un paralelo con el mundo griego. Esta conciencia que ha surgido de la empresa que no debe estar alejada de la sociedad, sino inserta en ella, sirviéndole de alguna manera. Y este es su fundamento o la concepción moral de la cual surge la RSE.

No solamente eso, sino que Debeljuh hace alusión a que:

Algunas investigaciones de campo muestran que las empresas que sobreviven en el tiempo son las que generan en sus miembros un sentido de pertenencia, las que crean confianza entre las personas y transmiten una buena imagen a los que con ella se relacionan (accionistas, empleados, proveedores, clientes y opinión pública). Estos intangibles, que constituyen un verdadero capital para la empresa, no tienen precio. La ética es rentable y puede llegar a convertirse en uno de los principales activos de cualquier organización (Debeljuh, 2009, p. 18).

Aclaramos que este sentido de pertenencia a la comunidad en la antigüedad no puede atribuirse exclusivamente a la concepción de Aristóteles, sino que es una característica del pueblo griego en general durante aquella época.

Conclusión

Todo lo expuesto anteriormente, nos lleva a reafirmar, siguiendo a Aristóteles, ya desde una perspectiva contemporánea, que sólo la realización personal y empresarial puede efectuarse en esa sociedad a la cual la empresa pertenece, se debe y de la cual forma parte.

La realización personal y empresarial no puede estar escindida de la sociedad a la que pertenece el hombre, no puede dejar de tener un sentido moral, en la que la responsabilidad de volver y devolver a la sociedad lo recibido, no hace otra cosa que plasmar una perspectiva sustentable de la actividad de las empresas, tal como Aristóteles pensaba que para un ciudadano griego no había felicidad fuera de su polis.

De igual manera, el destino de las empresas, está atado al bien social o al bien común. El concepto de sustentabilidad, tan usado en los tiempos contemporáneos y que es una idea característica de la Responsabilidad Social Empresaria, referido a mantener en el tiempo las condiciones que hacen posible la vida a generaciones futuras, o a largo plazo, describen esta idea de la empresa con respecto a la sociedad. No hay posibilidad que una empresa maximice sus ganancias a costa de cualquier extremo, y que esto, pueda ser mantenido a largo plazo. Sumado a la pregunta si ese modo de proceder es moral. La respuesta parece a simple vista sencilla. No es moral desde la perspectiva que el fin no justifica los medios y que las ansias de las empresas de obtener ganancias, sin dudas legítimas, deben compaginarse con el bien común de la sociedad en la que se insertan. Esto en el caso que las empresas formen parte de un todo, en una común unión con personas, sentido que finalmente tiene la palabra comunidad.

Quizás haya llegado el tiempo que la economía se reencuentre con la ética en un camino que nunca debería haber abandonado, para así encontrar esa felicidad, que sea una realización y perfección de las personas, que es el auténtico objetivo de la vida humana en sociedad.

Y para finalizar, pensamos que la Responsabilidad Social Empresaria no hace otra cosa que poner en el centro del debate tal como lo plantea Victoria Camps, que una vida éticamente buena no busca solo la felicidad individual sino la colectiva, no hay posibilidad de ser feliz, en una sociedad infeliz, o que sus habitantes no satisfagan las condiciones básicas necesarias o que finalmente sufran, de manera que la Responsabilidad Social Empresaria, vuelve a la sociedad de la cual se nutre, para aportar su perspectiva dirigida al bien común.

Bibliografía

Debeljuh, P. (2009). Ética Empresarial, en el Núcleo de la Estrategia Corporativa. Learning; 2009.

Miguens, J. E. (2001). Desafío a la Política Neoliberal. Comunitarismo y Democracia en Aristóteles. El Ateneo.