



**ÉTICA DISCURSIVA, FILOSOFÍA DE LOS NEGOCIOS
Y ACCIÓN COMUNICATIVA;
IDEAS HABERMASIANAS PARA UNA DISCUSIÓN POR VENIR.**

Salvador Lanas Hidalgo (Chile)¹

Resumen

La investigación actual sobre la actividad económica ha relegado a un mero lugar común (o a un candoroso guiño) la expresión Business is Business. Los negocios y la labor empresarial han experimentado un giro mayor, puesto que a su caminar solitario y a veces narcisista ha añadido un andar solidario y de responsabilidad humana y sin abandonar su proverbial eficacia. Este trabajo es una reflexión en el énfasis que se ha puesto en la relación de la ética con los negocios a partir de la pertinencia de un tipo de racionalidad, la racionalidad comunicativa, que privilegia la proporcionalidad en las acciones y relaciones de las contrapartes, considerando a éstas no sólo sujetos instrumentales sino personas o en feliz expresión de Kant, sujetos con un fin en si mismos. Su eficacia radica en que el sujeto no sólo posee su propio logos para su ensimismamiento sino que lo establece con un otro, produciéndose un dia-logos y el desafío de un camino humano por construir.

El interés técnico por la dominación, el interés práctico por el entendimiento y el interés por la emancipación, fundan modos de conocimiento en el siguiente orden: ciencias empírico-analíticas, ciencias histórico-hermenéuticas, ciencias sociales. Todo ello configurará modos en los cuales se modelará el fenómeno lingüístico. Es importante hacer notar en este punto que la tesis de que tras todo conocimiento hay un interés adjunto, es una tesis comprometida, por cuanto deja fijado el conocimiento al interés, de modo que da la impresión que el interés de que se trate resulta una condición *sine qua non* para el tipo de conocimiento respectivo. En ausencia de interés, ausencia de conocimiento. Esto se condice perfectamente con la tesis historicista contemporánea que sostiene que (tanto en su versión anglosajona como europea) que los móviles para el conocimiento no están reducidos a la búsqueda de la verdad (se juzga de hecho que esta no es más que inocencia racionalista) y que, por el contrario, hay una infinidad de móviles menos nobles que el puro afán por conocer. Si estiramos la tesis que liga interés y conocimiento, al punto de ligar interés con ciencia, obtendremos una serie de consecuencias relevantes para el tema que nos ocupa. La filosofía moral, en tanto modo de conocer, de seguro resultará anexada a algunos de los intereses descritos. ¿A cuál de estos intereses corresponde la ética? La

¹ Profesor Universitario. Doctor en Filosofía Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile.. Coordinador del Departamento de Artes y Humanidades y Director del Programa de Bachillerato en Humanidades de la Universidad Andrés Bello, UNAB, Campus Viña del Mar, Chile.

dificultad de situar a la ética como consecuencia de algunos intereses y exclusivamente respecto de uno de estos intereses, resulta mezquina, dado que la ética parece ser el cruce de estos intereses, a saber, dominación, entendimiento, emancipación y, por lo mismo, parece ser el encuentro de diversos modos de saber, esto es, ciencias empírico-analíticas, ciencias histórico-hermenéuticas y ciencias sociales. Esta condición de cruce dota a la ética de una jerarquía específica respecto de otros modos de saber. Para hablar con claridad acerca de los asuntos morales, hemos de tener conciencia que nuestro discurso transita una serie de esferas ligadas cada a una serie de intereses específicos. Veremos más adelante cómo articular esta condición de la ética como punto de encuentro.

Teoría de los tipos de racionalidad

- a) Racionalidad lógico-matemática.
- b) Racionalidad instrumental.
- c) Racionalidad estratégica.
- d) Racionalidad consensual-comunicativa y discursiva.

Indudablemente esta jerarquización de la razón, constituye una disolución de la racionalidad. En efecto, al parcializar el concepto de racionalidad, lo que acontece es el establecimiento de opuestos estancos que pugnan disyuntivamente por situarse como el verdadero tipo de racionalidad humana. Ahora bien, para los efectos de ilustrar convenientemente los alcances de la ética comunicativa, debemos reparar en los detalles de la racionalidad consensual-comunicativa y discursiva. Ello a la par de una revisión de lo que el segundo Wittgenstein deba decirnos y, asimismo, siguiendo de cerca lo que la moderna teoría de la comunicación pueda aportarnos. Efectivamente, la presentación del lenguaje como un macro-entramado de juegos de lenguaje, junto con la explicitación y detalle de los procesos comunicativos, redundará finalmente en una exhaustiva aproximación a la propuesta ética habermasiana.

En virtud de cierta pragmática no-empírica del lenguaje, la acción comunicativa, y por ende la ética comunicativa, se establece como una teoría consensual-intersubjetiva acerca de lo verdadero y, por ello, acerca de lo correcto (los conceptos de verdad y corrección invocan tanto el interés práctico por el entendimiento como el interés por la emancipación. Si hay también una invocación por el interés de dominación no parece aún demasiado claro, pero esperemos obtener tal claridad en lo que sigue). Toda esta presentación preliminar, tiene sentido bajo el supuesto de la teoría de los tipos de racionalidad enunciada más arriba y, de igual modo, se supone una especial atención a la aceptación del hecho indesmentible de una racionalidad práctica. Desde la rehabilitación de la filosofía práctica, emparentada con la rehabilitación de Aristóteles, ha habido un creciente interés - en las teorizaciones de la filosofía europea- por desentrañar el tono pragmático del lenguaje, y por comprender cómo esta condición pragmática (perdida de vista durante largo tiempo) nos obliga a ocuparnos tanto del modo en que decimos lo que decimos, como así también del contenido de aquello que decimos. Por consiguiente, tenemos en Habermas, Apel (y en otros de similar valía) una reflexión filosófica centrada en el lenguaje, con implicaciones en el ámbito cotidiano de ese agente capaz de lenguaje (e incluso podemos decir empujado al lenguaje), y por ende en las cosas que le suceden a ese agente capaz de interlocución. Ahora bien, como esta interlocución tiene sentido en tanto haya otros interlocutores igualmente dotados de habla como cualquiera, las vinculaciones a la filosofía práctica son inevitables. Estas vinculaciones adquieren importancia en cuanto el centro de interés sea la practicidad de la ética comunicativa. Incluso será posible rastrear

conexiones hacia la filosofía del derecho, la política, las éticas aplicadas, como la ética de los negocios, que es uno de los fenómenos que nos interesa prioritariamente.

Secuencia habermasiana.

El punto de partida es un *factum* lingüístico, a saber, el hecho de la acción comunicativa o el hecho argumentativo. Para hacer sentido a esto, se asume el lenguaje en su triple dimensión: sintáctica, semántica y pragmática. Ello garantiza la dotación de universalidad tanto para la teoría de la verdad como para la articulación de la ética en la medida en que no sólo se atiende a la lógica del discurso (sintaxis) y a la interpretación del discurso (semántica), sino también a los éxitos posibles de conseguir en el entramado discursivo, cuestión que amerita atender a los ámbitos sectoriales (juegos de lenguaje) del discurso, como formas particulares en las que se pone en obra la comunidad ideal de habla. Hay, indudablemente, un replanteamiento de los valores intelectuales propios del discurso. Este replanteamiento es una extensión no aberrante (es decir no es un cambio de tema), por cuanto desde la estrechez de los propósitos tradicionales, esto es, propósitos de convencimiento, se pretende alcanzar aquella esfera que tiene que ver con la persuasión. El éxito del acto de habla no está ya reductivamente circunscrito al convencimiento, hay lugar para la persuasión. Lo anterior demanda incorporar algunos elementos de teoría de la comunicación, a saber, por ejemplo, la importancia asignada a la contradicción preformativa (contradicción pragmática) como elemento procedimental. En efecto, y esto lo veremos con mayor detalle más adelante, la contradicción performativa se dispone como procedimiento para la comprobación empírica, en virtud del cual accedemos a enunciados que no pueden entenderse sin saber que son verdaderos, esto es, enunciados que no pueden negarse sin incurrir en contradicción ni fundamentarse sin incurrir en petición de principios. Para los efectos del intercambio comunicativo, será importante atender con precaución la posible comisión de este vicio. Entonces, hay un sinnúmero de consecuencias que se establecen en virtud de ciertos actos de contrastación empírica y que serán relevantes para la generación de una ética pragmática y procedimental, alejada de la mera fundamentación teórica y dispuesta a los propósitos de aplicación a diversos ámbitos de la vida comunitaria, entre ellos, los negocios. Adviertase cuán relevante se adivina ya la presencia de la condición persuasiva o no permisiva de lo que haya de decirse, junto con la permanencia (no reductiva) del ideal de convencimiento.

En términos generales, la ética comunicativa (discursiva y dialógica), al contrario de una clásica ética material (piense por ejemplo, en la ética aristotélica), no intenta distantes actos de reflexión acerca de los contenidos morales (no es una ética de la felicidad ni tampoco una ética de la compasión), sino que su interés está en atender a los procedimientos en virtud de los cuales sostenemos que ciertas normas de la vida cotidiana son correctas y así también, atender a los procedimientos que creemos deben seguirse para dar con normas correctas para la vida cotidiana. Tenemos, entonces, procedimentalismo y deontologismo. La disparidad de la ética tradicional (devenida de la filosofía tradicional) entre tipos de argumentos racionales versus tipos de argumentos no racionales, queda diluida en favor de la presentación dialógica de buenos argumentos versus malos argumentos, donde la calificación ya no será puramente técnica (exclusivamente lógica), sino conllevará una indesmentible alusión moral, esto es, argumentos sinceros versus argumentos no sinceros. De modo que la ética comunicativa se nos presenta como una ética de cuño kantiano, pero con la novedad del dato dialógico (elemento no suficientemente ponderado en el kantismo original) que, como se verá, no es más que la moderna reformulación del clásico concepto de acuerdo, emparentado ahora con el acuerdo propio del neocontractualismo de Rawls y otros.

Sostenimiento de la racionalidad práctica.

En contra de las posiciones propias del positivismo lógico en el ámbito ético-representadas por una parte por el emotivismo y su tesis de que los términos morales no son más que la expresión de sentimientos de aprobación y desaprobación en virtud del agrado o el desagrado y, por otra, por el cientificismo descarado, cuya tesis del desalojo de la ética del ámbito del saber hoy se nos antoja no ser más que un síntoma de la entusiasta fiebre fiscalista de los miembros del Círculo de Viena- la ética comunicativa reserva a la racionalidad del ámbito práctico un papel crucial (de hecho es una reponderación de la efectividad de la razón práctica), pues en virtud de ella podemos conseguir criterios de validación para las normas y para los procedimientos que permiten la consecución de éstas, al tiempo que resguardamos que la aplicación de las normas a las cuestiones morales sea la que corresponda. Hay corrección y validez más allá de lo mera aceptación y de la mera vigencia (hablamos de aceptación y vigencia de normas tanto jurídicas como morales). Gracias al énfasis dirigido a la racionalidad práctica, no estamos obligados a someternos a la dictadura de los hechos, ni a la dictadura logicista del primer Wittgenstein, ni tampoco a la *poderosidad* de lo real como gustan decir quienes consideran las prácticas morales irreductibles al entendimiento (todos estos giros suponen la metafísica del atomismo lógico). De modo que, con la ética discursiva tenemos, además de deontologismo, procedimentalismo y cognitivismo, la condición dialógica o discursiva propia de la dimensión pragmática del lenguaje. Los intereses concretos de los individuos afectados por las normas, califican bien como objeto de la ética discursiva, remediando de paso los problemas del puro kantismo, esto es, la disputa no resuelta entre el interés formal y el interés psicológico (recordemos que en el rigorismo kantiano la actuación en virtud del deber no puede teñirse con las condiciones empírico-psicológicas). El provecho de mantener la ascendencia kantiana (que no es en absoluto una procedencia genealógica despreciable), es consistente con el mantenimiento del criterio de universalización de intereses y con la persistencia del principio de imparcialidad respecto de esos intereses. Podemos ahora determinar qué normas han de satisfacer los requerimientos de la vida en comunidad, estableciendo de paso los procedimientos para la génesis de esas normas, apelando a esos procedimientos como criterios de validación. Así mantenemos lo mejor del mejor deontologismo (que claramente no es todo el deontologismo) y rescatamos, de paso, las ventajas de las visiones teleológicas. No está de más mencionar en este punto que, en el contexto de la ética comunicativa, habrá de operar una nueva versión del imperativo categórico kantiano y una reformulación de la noción de contrato. Para ello será imprescindible que emprendamos una revisión del concepto de acuerdo desde la modernidad hasta los desarrollos contemporáneos.

Marco de mínimos éticos.

Será de especial interés para nosotros defender la viabilidad de una de las consecuencias prácticas de la ética comunicativa, esto es, la postulación de mínimos éticos como la justicia, la autonomía, la igualdad y la solidaridad, en contra de los imperativos de una ética de máximos y en contra, asimismo, de las acusaciones (procedentes de diversos frentes) que creen ver en la ética comunicativa, a propósito de estas implicaciones, una ética deshumanizada, únicamente esmerada en establecer criterios procedimentales para la postulación y adopción de normas, pero que sin embargo, no tendría nada qué decir sobre cuestiones sustantivas. Si hay algo de razón en estas críticas, ello cuenta como constatación de la raigambre kantiana de la ética discursiva. En efecto, es al cabo, una ética con fuerte inclinaciones formalistas.

Ética comunicativa como ética discursiva y como ética dialógica.

Comunicación, discurso y diálogo, se nos presentan como nociones claves a la hora de pintar el cuadro de lo que pretendemos exponer. La titulación de ética dialógica intenta cazar el signo dialógico del logos humano. Esto es consistente con la creencia en que el signo distintivo de la época contemporánea es el giro lingüístico. Estamos siempre y *ya* – esto es, prioritariamente – en una comunidad de habla, en tanto agentes capaces de actos de habla. Pero el logos no es sólo ‘razón’, es razón para agentes capaces de razón. El *logos* es *dia-logos*. Es el lugar de cruce de la racionalidad práctica. Es, por tanto, una condición ineludible. El hombre es un hablante y en virtud de tal condición de hablante es capaz de hallazgos que de otro modo no alcanzaría. Hay cosas que se logran diciendo lo que hay que decir. Para el que no habla, pudiendo hablar, esto es, para aquél que presume del amaneramiento del mimo, para aquél que hace gala presuntuosa de la sofisticación del silencio, queda prohibida la participación en comunidad.

Por otra parte, la atención al componente dialógico del entramado social, invoca, además, un distanciamiento saludable respecto de aquellas visiones intuicionistas respecto de las cuestiones morales. En efecto, en la medida en que se desatiende la creencia de que las normas morales responden a intuiciones de algún legislador ideal, se abandona la convicción de ciertas potestades paternalistas y autoritarias. Hay una opción por la incomodidad de la orfandad en desmedro de la comunidad de la perenne presencia del padre. No obstante, la potestad no se pierde, pues se entiende que aloja en el diálogo de los constituyentes (en el diálogo de los huérfanos). La potestad discursiva queda instalada en aquellos que son afectados por las normas. Es decir, el discurso práctico, nido del diálogo, es la entidad lingüística que convoca los consensos normativos y la igualdad de derechos comunicativos. Nótese que por esta razón el mimo resulta despreciable, pues se instala en una exclusividad que declara que para hacer lo suyo (que es todo) no necesita palabras y el hecho es que las palabras es todo lo que tenemos.

Giro lingüístico, giro pragmático y ética aplicada.

En las anteriores tradiciones de filosofía moral, el concepto de persona ha sido central y esto no es diferente en el caso de la teoría que nos ocupa. No obstante, el elemento clave es otro. En efecto, la persona se entiende como hablante y no sólo se la entiende de esa forma, sino que es de esa forma. En rigor, cada persona es un interlocutor válido. Esto significa que sus derechos a replicar y a argumentar en el marco de la discusión racional, están pragmáticamente consagrados (recordemos la atención a la triple dimensión del discurso). Y dado que las cuestiones de aplicación exigen algo más que el mero distanciamiento teórico, es posible configurar ámbitos de discusión racional, escenarios de válida interlocución en los que la autonomía personal habrá de consistir, precisamente, en que cada quien, en la medida que cuente con competencias discursivas mínimas, pueda dirigirse al resto, amparados todos en la reciprocidad discursiva. Es la idea del contrato social reformulada en el contexto pragmático. La legitimidad de las normas queda consagrada en tanto que éstas procedan del diálogo informado entre los agentes autónomos de una comunidad. Quedamos definidos, entonces, como ciudadanos en válida interlocución, con intereses satisfechos en la medida de su universabilidad. Entre estos intereses, resulta especialmente relevante el interés comunicativo. Precisamente, la acción comunicativa hace partícipe al ciudadano en algún juego lingüístico, por ejemplo, el juego de los negocios. El concepto de logro comunicativo radica en satisfacer las pretensiones de validez que el interlocutor demanda en tanto participante de la argumentación racional.

Esas pretensiones se ponen en juego mutuamente entre los interlocutores válidos, de modo que la verdad de los enunciados, la inteligibilidad del contenido proposicional (todo lo cual supone un direccionamiento hacia el mundo objetivo en busca de acuerdo intersubjetivo), la veracidad de las propias preferencias (suposición de un direccionamiento hacia la propia subjetividad) y la corrección de las normas (lo cual supone a su vez un direccionamiento hacia el mundo social en busca de regulaciones intersubjetivas), estará en función de aquella satisfacción de pretensiones de validez. El interlocutor pasa de hablante a oyente y de oyente a hablante en el transcurso de la conversación racional, asintiendo unas veces y disintiendo en otras. El asentimiento y el disentimiento racionales salvaguardan el mutuo reconocimiento de la condición autónoma de la figura del interlocutor. Esto es, por más que alguien rechace (disienta de) las pretensiones de validez de su interlocutor, ello no desmiente la posibilidad que le ha entregado para dar cabida a la aceptación, al asentimiento de aquellas pretensiones de validez. Cada ser humano es entonces un fin en sí mismo (ojo con Kant) en tanto se le reconoce como un ente igualmente facultado para el diálogo racional. Toma lugar en este punto la condición teleológica de la acción racional que no suponíamos exiliada del modelo. Existe, en efecto, una orientación primaria hacia una meta, la determinación de los medios para el logro y el cálculo de las consecuencias del logro. El éxito está, evidentemente, en el logro de la meta. Y es de tipo instrumental cuando hay reglas técnicas que suponen algún saber empírico y hay además algún pronóstico involucrado, susceptible de corroboración empírica. Y es de tipo estratégico cuando hay reglas de elección racional involucradas y consideraciones respecto de cómo la decisión afecte al interlocutor. Esta acción estratégica es a su vez de tipo interaccional, de manera que, al cabo, hay instrumentalización mutua. Y esto resulta atingente para lo que nos ocupa, por cuanto en materias de ética aplicada y, especialmente, en el ámbito de los negocios, resultará relevante considerar la dimensión estratégica de lo que se hace, estableciendo cuánto se cede y cuánto no se cede en el acto de defender los propios intereses. Hemos de decidir, cuando revisemos en detalle la cuestión del negocio, qué tipo de racionalidad será pertinente. De acuerdo a la teorización de la ética discursiva, desde una racionalidad puramente estratégica generamos pactos puramente estratégicos; la racionalidad comunicativa, en cambio, genera consensos. ¿Qué busca el que negocia? ¿Pactos estratégicos o consensos? Si estamos persuadidos de que quien negocia calcula su éxito y en virtud de ello coordina sus acciones respecto de las acciones de la contraparte, se precisa una racionalidad estratégica; si, en cambio, quien negocia coordina sus acciones respecto de las acciones de la contraparte, pero atendiendo al acuerdo, se precisa una racionalidad comunicativa. Lo segundo supone la búsqueda de entendimientos como finalidad de los encuentros conversacionales. Entonces, el lenguaje busca acuerdos, entonces el lenguaje es una travesía a través del logos. Si adoptamos este modelo para articular la actividad empresarial, hemos de articular a su vez una racionalidad comunicativa.

Argumentación racional y réplica.

Cuando el entendimiento aún no acontece o, en el caso de haber acontecido, se interrumpe y tenemos algo parecido al atrincheramiento de posiciones, deviene el imperativo dialógico en la forma de argumentación racional y posibilidad de mutua réplica. Cómo se alcance el entendimiento y si acaso se alcance el entendimiento, será cuestión de cuánto valor asignemos al hallazgo honesto del mejor argumento (determinaremos la bondad del argumento yendo más allá de los senderos de la lógica). Pues bien, ello implica atender a la pragmatidad de la verdad y a la búsqueda, ya sabemos, de consensos. Quien quiera participar en la argumentación racional acerca de las normas, las ha de presuponer, aunque

sea contrafácticamente; de no ser así, su participación en el diálogo no será una participación honesta, pues la posibilidad de una racionalidad práctica y por ende, del discurso racional práctico, precisan la honestidad dialógica (cláusula moral en el diálogo). La participación queda regimentada de un modo que estableceremos enseguida, pero cuya condición general podemos anticipar desde ya: se trata de una regimentación procedimental sustentada en la racionalidad práctica y a propósito de principios de acción.

Reglas directrices del discurso práctico.

- a) Reglas propias de una lógica mínima.
- b) Presupuestos pragmáticos de la argumentación.
- c) La situación ideal de habla.

En la teorización de Habermas, la situación ideal de habla se entiende como la guía de todo acto argumentativo, pues, aun cuando no se lograra el entendimiento, siempre es deseable que se alcance, incluso cuando fuese improbable que se alcanzase. Resulta entonces propio de la acción racional moverse en virtud del carácter regulativo del ideal comunicativo, orientando en virtud de tal ideal nuestras acciones y considerando tal ideal como la medida de nuestras consideraciones respecto de la bondad comunicativa del diálogo concreto. A partir de aquí podemos incluso hacer sentido a la articulación de una comunidad ideal de habla, en virtud de las cuales es posible medir la racionalidad de cada comunidad fáctica de habla. El mundo de la salud, el mundo del derecho, el mundo del negocio, etc., pueden estatuirse en comunidades no ideales de habla, canonizadas desde la comunidad ideal. Podemos citar en el siguiente tetrálogo habermasiano a propósito de la condición racional del discurso (Habermas 1985):

- (1) “Cualquier sujeto capaz de lenguaje y acción puede participar en los discursos”.
- (2) “Cualquiera puede problematizar cualquier afirmación”.
- (3) “Cualquiera puede introducir en el discurso cualquier afirmación”.
- (4) “Cualquiera puede expresar sus posiciones, deseos y necesidades”.

Y la siguiente **meta-regla**:

“No puede impedirse a ningún hablante hacer valer sus derechos, establecido en las reglas anteriores, mediante coacción interna o externa al discurso”.

Principio de universalización dialogizado:

“Cada norma válida habrá de satisfacer la condición de que las consecuencias y los efectos secundarios que se seguirían de su acatamiento *universal* para la satisfacción de los intereses de *cada* uno (previsiblemente) puedan resultar aceptados por *todos* los afectados (y preferidos a las consecuencias de las posibles alternativas conocidas). (Habermas 1985).

Principio ético específico de la ética discursiva.

“Sólo pueden pretender validez las normas que encuentran (o podrían encontrar) aceptación por parte de todos los afectados, como participantes en un discurso práctico” (Habermas 1985).

El sujeto en la ética discursiva.

Hemos establecido que la condición propia del sujeto es su carácter de interlocutor, esto es su autónoma participación --no instrumental-- en un diálogo que busca el consenso, al

amparo de una situación ideal de habla y en el marco de una comunidad comunicativa fáctica, procedimentalmente regimentada. Es decir, el modelo básico nos muestra un hablante y un oyente en franco diálogo, replicable todas las veces que sea necesario. De modo que la marca de fábrica de este tipo de moralidad es la intersubjetividad, cuestión completamente consistente con la teoría de la verdad intersubjetiva propia de Habermas. La opción por la intersubjetividad repudia los vicios de la pura subjetividad, esto es, los afanes introspectivistas, la camisa de fuerza solipsista y los vicios autorreferenciales no tienen lugar en la escena discursiva, donde la apertura a la contraparte en diálogo brinda la posibilidad de ir más allá de la propia escena subjetivamente blindada. No se desconoce el propio mundo subjetivo, sino que se descompone el blindaje a cuenta de un mundo social del cual el sujeto forma parte. Adela Cortina señala: “La apertura a la alteridad y el rechazo del individualismo solipsista son entonces radicales: me aparezco como un *alter ego* de otro *alter ego*, de modo que la conciencia de sí es un fenómeno generado comunicativamente. La categoría básica no es, pues, ‘conciencia de autodeterminación’, sino ‘reconocimiento recíproco de la autonomía simbólicamente mediado’, lo cual nos permitirá acuñar una nueva figura de sujeto autónomo”. (Adela Cortina. en “*Concepciones de la ética*”). Sostenerse subjetivamente será, entonces, sostenerse intersubjetivamente como interlocutor válido en un diálogo racional. A la par autonomía personal y autorrealización individual.

Autonomía discursiva en la ética discursiva.

El sujeto que es capaz de exponer argumentativamente sus estados creenciales y desiderativos, es también capaz de exponerse a sí mismo en tales exigencias. De manera que se hace acreedor de satisfacciones o insatisfacciones en virtud de que resulte o no el estado de cosas que anticipan sus creencias o anhelan sus deseos. En la medida que en comunidad, cada sujeto es tal en virtud de esta exposición (en principio puramente lingüística, pero luego omnidimensional), se alcanza un sentido de universalidad para la autonomía de cualquiera. Ningún agente es más ni menos que ningún otro, en principio, instalado como está en la escena comunicativa. Si desde las esferas que gustan de poner en primer plano la jerga jurídica, se señala que ante la ley todos los individuos son iguales, es preciso hacer notar que en el diálogo somos todos iguales, y sin que con ello se diluya en ningún sentido importante la propia individualidad, dado que cada sujeto es, y nunca dejará de ser, dueño de sus palabras. Es decir, cada quien hace suyo el mundo en la medida que puede hablar de ese mundo. Por ejemplo, la importancia que alguien asigne a ciertos valores, es indudablemente función de que la comunidad de la cual forma parte, le haya dado la posibilidad de acceso a esos valores, pero en ello no queda reducido el sujeto ni su autonomía, pues ésta -radicada en su individualidad- se expresa en tanto el sujeto haya preferido tales valores a los que asigna importancia, en desmedro de otros, a los cuales también ha accedido por virtud de su participación en comunidad. Hay, al parecer, una preeminencia de lo intersubjetivo que amenaza con diluir la individualidad del sujeto. Es precisamente el combate a este fenómeno, lo que debiera ocupar nuestras indagaciones, pues, a escala, en el ámbito de los negocios podría verse replicado. En efecto, podríamos tener al sujeto de la empresa, perdido en el marco de lo que se suele llamar ‘el mundo empresarial’. Si sólo advertimos las conexiones y olvidamos que esas conexiones tienen sentido en la medida que hay sujetos que se conectan, esbozaremos un escenario empresarial puramente estructural, perdiendo de vista al agente de la empresa, y asimismo soslayando que es posible articular esas conexiones amparados en la convicción de que la empresa es una actividad ética de sujetos en obra. El signo de la ética comunicativa resulta importante por cuanto otorga al sujeto una prioridad ontológica, pues es un sujeto

trascendental. Y esa trascendentalidad radica en su capacidad de habla, es decir, en ser capaz de actos de habla. Esto tiene una serie de consecuencias que abordaremos en lo que siga, pero podemos adelantar que será ineludible elaborar una definición de aquello que entendamos por ‘buen negocio’, lejano del mero éxito de bolsillo. Esta noción, que podemos prefigurar sin más diciendo que se trata de aquella actividad que deja indemne a la contraparte, supone la consolidación de que cada sujeto reconoce en el otro la presencia de competencias comunicativas, de donde, reconoce que aquel que se encuentra ante sí es, en efecto, una persona (no ya porque creamos que en él late una esencia eterna e inmutable ni tampoco porque lo creamos y sintamos hijo de Dios), es decir, alguien que está igualmente facultado, en principio por lo menos, para emprender un diálogo, esto es, para participar del diálogo si así le place, para impugnar su contenido, si así lo cree oportuno, para remediar y corregir el tono del diálogo si es que cree, honestamente, que ello es lo que hay que hacer. Ahora bien, como la comunidad se juega verdaderamente en el diálogo, precisamente porque el modo como esta comunidad decide ordenarse, tiene que ver con cómo dice que debe ordenarse, el diálogo es el sitio de la génesis normativa. Entonces, es el sitio de la discusión de la génesis normativa. De ello se sigue que quien participe en el diálogo estará participando en la discusión de la génesis normativa y, por ende, en la misma génesis normativa. En este punto será conveniente citar a la profesora Cortina: “En principio, quien se oriente por el principio de la ética discursiva reconocerá a los demás seres dotados de competencia comunicativa –y a sí mismo— como personas, se decir, como interlocutores igualmente facultados para participar en un diálogo sobre normas que le afectan; estará, por tanto, dispuesto a participar en los diálogos que le afecten y a fomentar la participación en ellos de todos los afectados, como también a promover tales diálogos; se comprometerá a respetar la vida de los afectados por las normas y a evitar que se les fuerce a tomar una posición en los debates con presiones físicas o morales, como también a asegurar el respeto de cuantos derechos –expresión, conciencia, reunión— hacen de los diálogos procesos racionales en busca de entendimiento; se empeñará en la tarea de conseguir la elevación de modo que puedan debatir en condiciones de simetría y los debates no sean un sarcasmo; evitará tomar decisiones que no defiendan intereses universalizables, lo cual significa que, no sólo no se orientará por sus intereses individuales, sino tampoco por los intereses grupales que puedan ser defendidos por consensos fácticos; empeñará sus esfuerzos en sentar las bases de una comunidad ideal de habla, en la que las decisiones acerca de la corrección de normas se tomen en condiciones de simetría, aunque para ello –como apunta Apel—la racionalidad comunicativa tenga que ser mediada por la estratégica. Una ética de la responsabilidad no puede eludir las consecuencias y por eso propone optar por la racionalidad estratégica cuando es el único modo de preparar el camino para hacer universalizable el uso de la acción comunicativa”. Libertad, autonomía, solidaridad, justicia, respeto, cuadran con esta descripción de lo que significa ser un ciudadano, pues aquel que reconoce en el otro el carácter de interlocutor (y reconoce asimismo su carácter de persona) se reconoce a sí mismo también como interlocutor y persona.

El modo en que esta prioridad autonómica se consagra tiene que ver con la articulación de cierto tipo de comunidad, que en el ámbito global es toda la comunidad política y que en ámbitos más restringidos alcanza su sentido en cualquier grupo de personas que se estructuran de modo que cada integrante entienda que su condición de interlocutor, con todo lo que ello implica, está garantida. Es decir, lo que se precisa es un tipo de organización humana en que cada quien se crea facultado para la participación. Al cabo, se trata del respeto por los derechos comunicativos de todos. En efecto, con la ética comunicativa apuntamos a cierto diálogo participativo. El despliegue, como decíamos, se extiende a diversos conglomerados, al ámbito político con la implementación de un

modelo de democracia participativa y, asimismo, se despliega en comités de ética, para las organizaciones relacionados con la salud; en grupos de discusión ciudadana, para aquellas organizaciones de base y, por cierto, se despliega en un especial tipo de empresa, a saber, la empresa participativa. Contra la implementación de este especial tipo de empresa, que se traduce en un especial tipo de actividad de negocio, del 'buen negocio', amenaza el fenómeno de corporativización. Precisamente, el vicio corporativo, representativo de la sectorización de intereses, constituye el mayor riesgo para las organizaciones de negocios. Este vicio, de seguro tiene su contraparte en los otros tipos de diálogos, por ejemplo en el diálogo político, el símil de la corporativización empresarial, asume el tono del clientelismo político, donde cada conglomerado partidista brega por sus propios intereses, desplazando la búsqueda utópica en el horizonte más lejano posible. Pero ello no nos ocupa en este lugar. En cambio, en este trabajo nos ha de ocupar el fenómeno de corporativización de las instituciones.

Mecanismo del buen diálogo.

Los agentes del diálogo deben poder, esto es, es obligatorio que se les permita participar en la generación de decisiones y, al cabo de estas decisiones, deben estar en condiciones de decir que han incidido, o por lo menos deben creer que han tenido incidencia en las decisiones finales. Recordemos que son decisiones que los han afectado. La presencia de dialogantes, la libre expresión y el alcance informativo universal resultan, condiciones necesarias, aunque no suficientes, del buen diálogo, pues lo que anima este tipo de diálogo es el alcance de acuerdo, que es algo más que el mero pacto estratégico. Veremos más adelante que a raíz del vicio corporativo, lo que se busca es el pacto estratégico, con toda la levedad que ello implica. Es preciso, no obstante, que adelantemos algunas diferencias entre el buen diálogo y el mero pacto estratégico. Un buen diálogo no queda reducido a la participación de los dialogantes, por ello decíamos que la presencia de interlocutores es condición necesaria pero en absoluto es condición suficiente, esto es, que participen en un diálogo en el que no se disponen las modalidades representativas necesarias para que ellos mismos generen agenda, no basta. Se requiere la implementación de modalidades de representación, por ejemplo, cualificaciones más que cuantificaciones. Esto, en la escena global de una democracia participativa, significa ponderar las opiniones minoritarias, en desmedro del imperativo de la mayoría. Ahora bien, en un ámbito más restringido, es también posible dar cabida a la opinión minoritaria no denegándole la posibilidad de ponerla sobre la mesa, por la sola condición de ser minoritaria. Todo este modelo, y todo el modelo de la ética comunicativa, se juega en el valor de la solidaridad, pero en rigor lo importante es la tolerancia, pues en virtud y sólo en virtud de la tolerancia podemos alcanzar la solidaridad. Ello implicará, a propósito del buen diálogo, que cada quien entienda que le resulta posible no sólo participar, sino que además incidir en el resultado final. Desde ahí se sigue que cada quien entenderá que a su contraparte, a su interlocutor, le resultará no sólo posible participar sino también incidir en el resultado final. Y para ello, se requiere que cada quien sea tolerante y una vez que la tolerancia hace lo suyo, acontece un escenario de solidaridades.

Corporativización del comportamiento.

El medio institucional *modeliza* las relaciones entre las personas y éste es un punto relevante para el establecimiento de una ética propia de los negocios, dado que el negocio como actividad humana se da principalmente en el marco de las instituciones. No pretendo con esto reducir toda la actividad humana a la actividad social, ello sería una muestra de

socialismo ingenuo, sin embargo, en lo que respecta a los negocios, siempre hay, más cerca o más lejos, una institución involucrada. De ahí que buena parte de los aciertos en el ámbito moral como así también las violaciones de los derechos morales, atañen a los modos de institucionalización. Adviértase que, por ejemplo, en el conflicto de intereses, en el reparto de cargas de poder social y en el control de negociaciones, inhiere la cuestión de la institucionalización.

Principios propios y principios adjuntos.

En el seno de las instituciones es preciso buscar un equilibrio entre ambas clases de principios, con ello evitamos que las instituciones se corporativicen.

Si hemos partido con la tesis de que el comportamiento individual se mueve entre instituciones, consideremos qué sucede cuando la institución se desnaturaliza y se corporativiza. Para ello debemos ilustrar cómo se desenvuelve la institución:

1º. En lugar de integrar, restringe.

2º El espacio es el mercado.

3º Hay resolución de conflictos de interés por virtud del dinero.

4º La solidaridad queda en entredicho.

5º La individualidad rige.

El punto de vista ético.

Si debemos ir tras el punto de vista ético en el mundo de los negocios, es preciso que demos con el hallazgo del punto de vista ético sin más. Tenemos a nuestra disposición toda la historia de la filosofía moral para “regodearnos” en busca del modelo ético que nos satisfaga. En beneficio de ello, dar sitio al tipo de interrogación ética, puede ser relevante, pues nos instalará en el tipo de lenguaje ético, que, nos ilustrará el punto de vista que precisamos. En efecto, en la esfera de los negocios, tiene cabida cierto tipo de específica interrogación. Por ejemplo, el agente de empresa, que esperamos quede estatuido como un agente moral, puede preguntarse si acaso está siendo responsable o no. El hecho de esta pregunta, queda vinculada con la inquietud por las obligaciones y por las permisiones. Es decir, aquel agente que emprende, puede preguntarse por (al tiempo que inquiere por sus grados de responsabilidad) aquello a lo que está obligado y aquello a lo que le está permitido acceder. Entonces, una pregunta, propia en un lenguaje que inaugura cierta perspectiva, conecta al agente con un mundo donde esas palabras tienen sentido. Esto es, la pregunta por cuán responsable soy, es más que palabrería vacía en tanto conecta al agente que la sostiene con un mundo de asuntos, en este caso, el mundo de los asuntos éticos, que es el mundo real. Adviértase que lo que intentamos decir es que los agentes son dueños de las palabras que usan en el sentido de que con ello intentan denotar alguna cuestión más o menos relevante. Ahora bien, con el lenguaje ético sucede lo propio. Si haya o no hechos morales, es una cuestión que todavía puede discutirse, pero lo cierto es que la discusión ética se encuentra lejos del vacío cuando los agentes que la sostienen pretenden decir algo con lo que dicen. Todo esto en el marco de la discusión racional: consideración de opiniones diferentes, análisis de puntos de vista, elección entre puntos de vista.

Ilustración de la conducta ética.

Al elegir la palabra ‘acción’ en lugar del término ‘conducta’, sostenemos una decisión antropológica, por cuanto la conducta es mera reacción, en cambio lo que define al ser humano en tanto diferente de todo lo demás es su capacidad de actuar, de ser agente de

acciones, y más aún, de ser capaz de acciones éticas. Es decir, somos actores que escogemos entre diferentes cursos de acción, no meros autómatas que se conducen (reaccionan) ante estímulos del mundo externo. La opción por la acción en lugar de la opción por la conducta coincide con el interés de situar al hombre como sujeto de responsabilidades. Aquel que relega el automatismo para cierto tipo de actividades, pero que reserva la acción para ocasiones en las que no sólo se nos pide reacción, sino acción. Considérese que la búsqueda de razones supone algo más que la mera conducta condicionada, en efecto, supone la búsqueda de justificaciones. La caída de una piedra se puede explicar, pero nunca se justifica ni se pretendería justificar; el pago de impuestos por parte de alguna institución se explica, pero además es algo que supone actos justificativos. Incluso aquél que es capaz de acciones inmorales, pretenderá justificar su acción, pues sabe que una acción justificada es algo a lo que siempre estamos inclinados. Que una acción sea o no justificable, es una discusión propia de los asuntos éticos.

La acción ética es acción bajo justificación.

Decíamos más arriba que ante un tipo de acción en particular podemos pedir razones. Ahora bien cuando pedimos razones, ¿qué pretendemos obtener?: ¿razones que expliquen o razones que justifiquen? Las razones que sólo explican, cuentan la historia causal de la acción, es decir, relatan cómo se llegó a lo que al cabo tenemos ante nosotros. En cambio, las razones que, además de contar la historia causal, justifican son aquellas que muestran que un acto (o algo parecido) es justo, correcto (no en el sentido de técnicamente correcto) o irreprochable, de modo que lo que hay tras una justificación, es la convicción del agente de que lo asiste un conjunto de principios (o valores si es el caso de una ética axiológica) que hacen justa una acción en particular. De aquí que tenga sentido el conflicto en torno a la justificación, porque será al cabo un conflicto de principios o valores.

Agencia moral.

Decíamos que los individuos son algo más que meros individuos en la medida en que tienen consagrada su condición de interlocutores. Ello va vinculado con la capacidad de considerar diversos cursos de acción y, consiguientemente, de justificar con buenas razones ante sí y, más aún, ante los otros interlocutores, los cursos de acción escogidos. Dado que el espacio laboral, para nuestro caso el espacio de desarrollo de los negocios, es una escena poblada por aquellos otros interlocutores, es en todo obligatorio atribuir -de buena gana- las mismas capacidades discursivo-justificadoras. Precisamente en esto consiste la agencia moral, a saber, la atribución universalista de potestades de decisión y justificación a los demás. Pero no en el mero sentido de una convicción abstracta, sino que con la plena seguridad del tráfico práctico. No en otra cosa consiste la perspectiva ética. Lo anterior asegura que 'de vuelta' aquel otro que ha sido caracterizado e investido de potestades comunicativas relevantes, haga lo propio con nosotros. Asimismo, será de toda racionalidad, dado que cada quien presume y espera que el interlocutor que tiene ante sí se comporte responsablemente, que nos comportemos responsablemente ante los otros. La cuestión de la responsabilidad suele ser una noción un tanto oscura respecto de la cual se espera una correcta articulación. La ventaja de la ética de la acción comunicativa está en articular convenientemente la noción de responsabilidad, pues al establecer que cada quien consiente en replicar las propias capacidades comunicativas en los demás, juzga -en virtud de la propia sensatez- que así también está sucediendo con los otros. El agente moral es responsable si y sólo si los otros son responsables. Esta bicondicionalidad tiene sustento en

la validez de la equivalencia que podemos establecer entre las capacidades comunicativas de uno y otro cualquiera. Ahora bien, ser responsable atañe a las capacidades comunicativas en tanto atañe, asimismo, a las capacidades justificatorias. Cada uno de estos grupos de capacidades nos permite estructurar un discurso que dé razones de la elección que acontece, esto es, en la medida en que podemos decir cosas, estamos obligados a rendir cuentas de lo que hacemos y lo único que satisface las demandas de justificación de una acción no es meramente otra acción, sino las palabras, o dicho en esta jerga, la acción comunicativa. Ahora bien, quien no dé razones pudiendo darlas, es aquel que a la vez que no reconoce su propia capacidad de agente del discurso, así también desconoce las capacidades comunicativas de sus pares ciudadanos (o pares laborales, si es el caso). Esto nos lleva a la pregunta de a quiénes podemos demandar razones de los actos realizados y a quiénes no. Claramente la capacidad comunicativa es condición suficiente pero no necesaria para las demandas de justificación, esto es, de quien las posee se espera que sirvan para justificar la acción, de quien no las posea (en ausencia de ellas) no se descarta que pueda acontecer justificación desde otras vías. Como se puede ver, la capacidad de lenguaje resulta ser una condición más que auxiliar a la hora de honrar la propia responsabilidad y también la ajena. ¿Se debe acaso demandar justificación moral a los niños pequeños cuando apenas están en el trance de la adquisición de sus capacidades discursivas? Parece conveniente consentir en la negativa de demanda de justificaciones cuando alguien está impedido de darlas. En este sentido decíamos más arriba que la capacidad comunicativa no es condición necesaria de la demanda de justificación. Ahora bien, dado el carácter de nuestra investigación, podemos obviar la enojosa discusión acerca de cuándo es viable la demanda de justificación. El mundo de los negocios está constituido por adultos, aun cuando en ocasiones se comporten como infantes.

Agencia moral en el seno de las organizaciones.

A propósito de alguna teorización puramente consecuencialista, revisaríamos la acción humana como conducta humana. Ello nos obligaría a desconocer la agencia moral humana (que claro está es toda la agencia moral que hay en el mundo), situándonos en un modelo -de inspiración conductista- de recompensas y castigos, denegando por ello la convicción de que nuestros colaboradores, nuestros socios o la contraparte contratante, son dueños de autonomía personal, de voluntad y de potestades discursivas que los sitúan más allá de la pura condición de cuerpo macroscópico capaz de movimiento. Es decir, no sólo somos capaces de conducirnos, sino que somos capaces de actuar.

La comunidad como comunidad ética.

Lo que digamos acerca de la comunidad mayor, esto es, de la comunidad civil, podremos decirlo también de conglomerados menores, intentando con ello darles el tono de comunidad. De igual manera, si podemos dotar a la comunidad civil de una condición moral ineludible, podremos indagar si esa condición se da también en aquellos conglomerados menores de modo tal que sea admisible sostener de ellos que son también comunidades éticas. En este conjunto de conglomerados ubicamos a las organizaciones de negocios, (definidas como tales, grandes y pequeñas) y también a aquellos conglomerados, que si bien pertenecen al mundo de los negocios y de las transacciones comerciales, no podemos tildar, con todo, de organizaciones, dado que están teñidas de movilidad en la que participan. No obstante, son agentes de negocios, de modo que será interesante dilucidar si las organizaciones de negocios admiten la perspectiva ética y, si al cabo, se las puede calificar como comunidades éticas. Evidentemente vamos detrás de una

denominación derivativa, pues ciertamente las organizaciones no son, de hecho, comunidades, aunque se las pueda entender, en ciertos aspectos relevantes, con las mismas categorías éticas con las que nos aproximamos a las comunidades que son de hecho comunidades éticas.

El sentido de nuestra aproximación tiene que ver con la condición eminentemente pública de cualquier organización, esto es, cada quien está expuesto a la vez que vinculado con los demás, de manera que todas las demandas de racionalidad práctica y por ello todas las demandas justificatorias de la propia acción, cobran sentido en virtud de esta condición pública. Y ello no es ajeno a las organizaciones. Tanto en el seno de la organización como fuera de la organización son los individuos siguen siendo agentes morales. En efecto, no se pierde la potestad discursiva ni se inhibe la obligación de dar cuenta del propio comportamiento por el sólo hecho de ser o bien un constituyente de la organización (uno más entre otros, uno de tantos) o bien por estar dispuesto hacia el resto de la comunidad como parte de la organización. Con esto último queremos significar la ‘indisolubilidad’ del individuo, aun cuando su acción hacia la comunidad mayor fuese parte la ‘acción organizativa’. Y con lo primero queremos destacar que el agente que forma parte de la organización no puede dejar de reconocer que el bienestar ajeno es función del bienestar propio y que el bienestar propio es función del bienestar ajeno. Ahora bien, dado que la organización de negocios a la que eventualmente pertenece asume su representación, debe entender que el bienestar de la organización es función del bienestar de la comunidad civil tanto como el bienestar de la comunidad civil es función del bienestar de la organización. De esta forma el individuo (o si prefiere, el agente moral), nunca desaparece, por cuanto es la organización la que lo representa a la vez que él representa -en ambos casos ante la comunidad civil mayor- a la organización. De esta manera la condición ética de la comunidad queda salvaguardada en tanto emerge un sentido de solidaridad indesmentible. El agente es solidario con cada uno de aquellos que como él forman parte de la organización específica; es solidario con aquellos que conoce y está dispuesto a la solidaridad con aquellos a quienes no conoce; incluso es solidario con aquellos a quienes pudiese desconocer por siempre. Ahora bien, como es a la vez miembro de la organización es doblemente solidario (y es doblemente responsable) con aquellos que no forman parte de la organización, es decir, con cada uno de los sujetos participantes de la comunidad civil mayor. Incluso es posible multiplicar, y asimismo especificar, los grados en los que se es solidario-responsable. El tono de la organización generará nuevos sentidos de responsabilidad y solidaridad (familia, comunidad religiosa, comunidad recreativa, etc). Al tratarse de una organización de negocios, por ejemplo, el tono de la solidaridad-responsabilidad situará al individuo y, como veremos, a la propia organización, en una dimensión que ha de conectarlo con lo más propio de la discursividad humana. Esto es, los ámbitos en los cuales el agente moral participante de una organización habrá de dar cuenta, con buenas razones, de sus acciones, se multiplican. Al fin, pertenece no sólo a una esfera local (a la cual en efecto pertenece), sino que deambula entre otras tantas esferas, tanto o menos locales que la más local de todas. Como se ve, el individuo forma parte de una esfera mayor (una esfera de esferas), que en principio genera equidistancia respecto de cuán solidario y responsable ha de ser, pero que, en lo profundo de la gran esfera, establece grados cualitativamente distintos, y tal vez (no está claro aún) cuantitativamente distintos, de responsabilidad y solidaridad. El autodesarrollo y el desarrollo quedan sujetos al desarrollo y al autodesarrollo en esferas, una de las cuales, de tantas otras, será la esfera de los negocios. Si ayer la esfera de los negocios parecía girar sobre sí misma, hoy alcanza un vuelo mayor de contenido ético y por ende de desarrollo y progreso humanos.

Bibliografía:

- Habermas, Jürgen (1999). Teoría y Praxis, Editorial Atalaya, Madrid.
- Habermas, Jürgen (1991). La distinción, "Economía de las prácticas", Taurus, España,
- Habermas, Jürgen (1987). La Acción Comunicativa. Tomo I. Editorial Taurus. Madrid. España.
- Habermas, Jürgen (1980). Dominio Técnico y Comunidad Lingüística. Editorial Ariel. Barcelona, España.
- Habermas, Jürgen, Conocimiento e interés. (Erkenntnis und Interesse) (1968)
- Habermas, Jürgen, Problemas de legitimación en el capitalismo tardío. (Legitimationsprobleme im Spätkapitalismus) (1973)