

“LA ECONOMÍA DE LA INFORMATIZACIÓN Y LA ADMINISTRACIÓN MORAL”

**Autor: Dr. Ricardo Cuevas Moreno.
México**

INTRODUCCIÓN

Las rápidas transformaciones tecnológicas, económicas y políticas iniciadas a mediados de la década de 1980 han puesto a la moral y la ética al orden de día. Factores mayores del interés por la ética son también los daños al medio ambiente y los casos de corrupción de los responsables del Estado y las empresas. Es de notar que esta renovación del interés por la ética y la moral concierne actividades de gran alcance debido a sus repercusiones, como lo son la investigación tecnológica, médica y biológica; al igual que la economía, la política y la administración de las organizaciones.

El énfasis en la importancia de la ética y la moral para la administración ha tomado la forma de Ética de los Negocios o Ética de la empresa. Ella concierne todas las actividades internas y externas de la organización, de tal forma que los especialistas hablan de un marketing ético, una ética financiera, una administración moral de los recursos humanos, o una moral de los negocios (Boyer, 2002).

Hasta ahora los especialistas han tomado como un supuesto el establecimiento de la Economía de la Informatización (E.I.) dentro del juego de suposiciones que justifican la necesidad del tema moral o ético para la empresa y los negocios. Pero nosotros pensamos que dicha relación no es así de simple. Al contrario, ella es fundamental para comprender el origen y contenido de esa inclinación por integrar la moral y la ética en los negocios. La presente conferencia tiene por objetivo explicar tal relación.

Origen de la Problemática

Existen una serie de factores comúnmente aceptados para justificar la entrada de la ética en los negocios. Ésta se hace en dos tiempos: Primero, los cambios en el mundo actual: 1) El fin del periodo llamado por los historiadores de los *treinta gloriosos*; 2) la crisis de los valores y las instituciones como el Estado y de la familia; 3) el fin del llamado “socialismo real” y el derrumbe del Muro de Berlín; 4) la corrupción en la política y las finanzas; 5) el paso a una nueva moral hedonista; 6) la investigación biomédica (clonación y transplante de órganos); 7) la globalización financiera (Daigne, 1991: 12-17).

Segundo, los efectos de esos factores sobre las empresas y los negocios, los cuales implican la moral y la ética: 1) el reconocimiento de la interrelación entre economía, política, moral y valores culturales; 2) la necesidad de la intervención de la empresa en los asuntos de la sociedad debida a los cambios en el mundo; 3) la aceptación del componente moral y ético en la toma de decisiones de los dirigentes y los administradores de las organizaciones; 4) la existencia de nuevos espacios de autonomía y libertad para el individuo que trabaja para la empresa.

Los *escritores de la ética de la empresa* –como nosotros nombramos a los especialistas sobre el tema- ven esas transformaciones tan sólo como supuestos de investigación y de sus discursos.

No que los especialistas desconozcan las fechas y los periodos cruciales, si no que olvidan las leyes de tendencia histórica de nuestra sociedad. En revancha, nosotros pensamos que es necesario estudiar las relaciones que esos cambios guardan entre sí y sus causas. De ahí resulta que es indispensable responder algunas cuestiones capitales: ¿Cuál es la relación del desarrollo del modo capitalista con, la Economía de la Informatización? ¿Qué relación existe entre la economía de la informatización, la ética de los negocios y el management participativo? ¿Qué tiene que ver esto con el primado del mercado y la ideología del capital?

Pensamos que las respuestas se encuentran en la historia del mundo de vida burgués. Pero vista en sus contradicciones múltiples, en sus leyes de tendencia. En consecuencia, nosotros defendemos la hipótesis que es posible explicar el resurgimiento del interés de la ética y la moral por parte de la empresa, a partir del estudio del *desarrollo histórico del capitalismo y de las empresas*.

En efecto, la reproducción del modo de vida burgués es la reproducción de los medios materiales, físicos y espirituales. El capital pone a su servicio todos esos medios para la obtención de la ganancia y para el cumplimiento de sus objetivos sociales; pero también para el control y el ejercicio de la autoridad. Esto desemboca en el dominio ideológico y la legitimación del estado de cosas en la sociedad y en la empresa.

Finalmente, la exposición del presente trabajo, tiene la estructura siguiente: A partir de la perspectiva de la teoría científica de la sociedad enunciada por Marx (1965a) y el método de la dialéctica materialista, en una primera parte explicamos el

Origen del tema de la ética para los negocios. Eso nos conduce a la segunda parte que trata sobre los cambios en *La administración de la empresa* provocados por la nueva infraestructura establecida por *la Economía de la Informatización*. Finalmente presentamos *las conclusiones* que se desprende de nuestro estudio.

ORIGEN DEL TEMA DE LA ÉTICA PARA LOS NEGOCIOS

Los especialistas definen en un sentido convencional la E.N. como la disciplina que ayuda a discernir lo que es bueno, recomendable, correcto en la administración de las empresas capitalistas, desde su punto de vista ético y moral. De una manera más restringida aún, según Hill y Jones (2000: 57) el propósito de la E.N. es suministrar herramientas para tratar la complejidad moral de las decisiones estratégicas más que prescribir lo que es bueno o malo. Una prolongación de esta formulación englobaría toda toma de decisión y toda actividad dentro de la empresa.

Esa definición comúnmente aceptada olvida el origen de la renovación del interés que la administración tiene por la moral y la ética. En efecto, para dar origen a la *economía de la informatización*, usando la expresión de Hardt y Negri (2000) las empresas capitalistas viven desde su origen importantes transformaciones en su estructura y administración.

Nosotros podemos comprender dichas transformaciones a través de dos explicaciones –a nuestro juicio- complementarias y excluyentes: La primera, que privilegia el mercado (la distribución). La segunda que reconoce el primado de la producción (acumulación de capital) en interrelación con la distribución y el consumo.

En efecto, a partir de las obras de Chandler (1988) Verley (1994) y Marx (1965a, 1965c, 1965d) nosotros podemos establecer los periodos siguientes en el desarrollo de la empresa capitalista a partir de su estructura:

1. La *manufactura o empresa tradicional o empresa preindustrial* (desde la mitad del siglo XVI hasta el último tercio del siglo XVIII) y la *empresa industrial moderna* (1880-1930). Ésta llega a su madurez hacia 1920-1930.
2. Durante ese periodo, la empresa capitalista evoluciona de la *empresa del empresario* (usando la expresión de Chandler) a la *empresa de administradores* (usando la expresión de Marx).
3. Esa empresa pasa con la conformación del capital monopólico a la gran empresa multinacional y los conglomerados hasta 1970.
4. A partir de este periodo asistimos a la emergencia de la *empresa descentralizada en red* de nuestros días; a estas empresas corresponden cambios en su estructura y organigrama, pero conservando en su fundamento relaciones de producción capitalistas.

Al origen de estas estructuras se encuentra la creciente acumulación de capital (cambios cuantitativos y cualitativos) que en interacción con la creciente distribución y consumo de servicios y mercancías, obligan a las empresas a modificar su

administración y sus estructuras. Las finalidades mayores de esos procesos son la supervivencia frente a la competencia, la ganancia y la conquista del mercado.

Por consecuencia, la importancia que tienen las empresas capitalistas de la información y de la comunicación; y la importancia que tiene la comunicación y la información para las empresas capitalistas, es consecuente con la historia del capitalismo y a la empresa.

Este hecho es de la más alta importancia. El primado de las comunicaciones y de la información es un supuesto sobre el cual la ética de la empresa basa su discurso. A partir de ese supuesto, la ética de la empresa o ética de los negocios, solicita la integración, la identificación del individuo con los valores y el proyecto de la empresa.

Sin embargo, la ética de los negocios olvida las transformaciones de la composición técnica del capital y en el modelo de acumulación del capital. Del mismo modo, ella olvida los conflictos de clase y capa de clase entre el capital y el Estado. Nosotros pensamos que esos elementos son fundamentales en la explicación del primado del trabajo inmaterial y en la necesidad de la transformación de la subjetividad de la fuerza de trabajo, *condition sine qua non* de la economía de la informatización. En suma, este es el origen del renovado interés de los negocios por la moral y de la ideología del primado del mercado de nuestros días.

Así para la empresa, el *management participativo* proviene de esas transformaciones en la estructura económica constituida por los hombres que trabajan en ella. Esos cambios son producto, en gran medida, de las contradicciones de clase y la innovación tecnológica. Sin embargo, los especialistas de la ética de los negocios las dejan fuera del análisis, a pesar que esas contradicciones y esas innovaciones están en el contenido del management participativo.

Al contrario, la administración de recursos humanos actual se refiere a otro tipo de contradicciones. Ella propone un modelo de *gestión de contradicciones* opuesto al modelo *instrumental* del pasado. En ese modelo la cultura y los valores devienen fundamentales para la nueva administración (Ribette, R. “*Gérer à temps les Ressources Humaines*”, en Simon, Y. et Joffre, P, 1997). Por tanto, podemos decir que el management participativo requiere una *ideología del capital* para su ejercicio y discurso.

El paso de Dirección del personal a la DRH (Mercancía F.T)

En la economía de la informatización, la mercancía continúa siendo la síntesis de las relaciones de producción capitalistas. A partir de los años 1960, la economía capitalista se orienta hacia la producción de mercancías más variadas, más personalizadas y de más corto periodo de vida. A la producción estandarizada y a la baja de costos se sucede la producción por diferenciación y la innovación continua de productos.

A la vida más corta de los productos le sucede un cambio en los mercados y la demanda a los cuales las empresas deben responder rápidamente. Cuando nosotros hablamos de un agotamiento del taylorismo y del fordismo, nos referimos a la incapacidad y a la rigidez de esas formas de administración de la producción para responder a las exigencias en la revolución de las fuerzas productivas y del mercado de la tercera revolución en la industria.

Los países del capitalismo avanzado transforman *esta mercancía especial* –la fuerza de trabajo- con la finalidad de hacerla adecuada para la producción basada en la informatización. Es ahí donde el management participativo ocupa una posición central. Entre las transformaciones y las prácticas del nuevo modelo de gestión de la empresa, la transformación de la *Dirección del Personal* en *Dirección de Recursos Humanos* (D.R.H.) es la pieza clave.

En efecto, a partir de los años 1970, el reclutamiento del personal, la transformación, las remuneraciones alcanzan un nivel de racionalización antaño inexistente. Según Floris (1996) el objetivo manifiesto es el de optimizar las capacidades del personal con la finalidad de garantizar su adaptación rápida a la ejecución de las líneas cortas de producción, de la descentralización en la toma de decisiones, de la información, en fin del ejercicio de la participación y de la autonomía en los diferentes niveles de la estructura de la empresa. (Floris, 1996: 88-89, 102-103, 106)

Se desprende de lo anterior, nosotros pensamos, que asegurar la aceptación y la adhesión a la cultura, a los valores de la empresa se convierte en un punto central, incluso a partir del reclutamiento de la fuerza de trabajo y como es evidente, durante la vida profesional de los obreros y los empleados. Es ahí, donde la llamada “ética de la empresa” o “ética de los negocios” tiene su origen y su razón de ser. Por lo tanto, la ética de la empresa esconde su verdadero origen histórico y de clase, al igual que su función dentro del nuevo management. Por esa razón, ella es una ideología en el sentido de Marx y Engels (1982e). Es decir una falsa conciencia disfrazada de conocimiento que sirve para perpetuar las relaciones de autoridad, poder y dominio de una clase sobre otra y de una capa social sobre otra.

La ausencia de sentido histórico

La ética de los negocios o ética de la empresa se caracteriza por la ausencia de sentido histórico. Pero en el momento que ella es analizada a la luz historia del capitalismo y de la empresa se revela su carácter de clase y sus finalidades en la producción de ganancia. La historia del surgimiento de la ética de la empresa revela su carácter como ideología del capital en el sentido de Marx y Engels (1982e).

Los antecedentes de la ética de los negocios remontan a los trabajos de los fundadores de la administración: Taylor (1986) Fayol (1981) Mayo (1932). Pero es con los trabajos de McGregor (1969) y de B. Bennis (1973, 1969) que el *lado humano de la empresa* se convierte en el objeto central para la administración eficaz. Sin embargo, el impulso del tema ético para la empresa proviene de ese periodo de

convulsión social al final de los años 1960, justo en ese momento en que toma forma el *sistema planificador*, según la expresión de Galbraith (1989).

Es la época donde el creciente poder de las empresas transnacionales afecta notoriamente el destino de la economía y de la sociedad. Pero, es también la época donde la crisis del sistema y las respuestas –que el capital da alternativamente: la represión y la reestructuración- hacen necesaria una nueva legitimación del capital y de la empresa frente a la población mundial (Hardt y Negri, 2000).

Resulta evidente que la reestructuración y la legitimación del poder del capital no se reducen a las concesiones de protección social y de altos salarios; la legitimación cubre los diferentes espacios de la vida social, política e ideológica. Es en este terreno donde el tema moral para la administración de la empresa y la ética de la empresa encuentra su origen.

El caso de Francia

Los factores que hemos señalado, explican el paso hacia una nueva etapa de la producción y de la soberanía capitalistas. Ellos se repiten en la particularidad del capitalismo francés. En efecto, a partir de los años 1960 las empresas francesas vivieron modificaciones en su estructura y la administración. Esto para responder, por un lado, a las nuevas exigencias de la acumulación y la distribución en masa; y por el otro lado, a la fuerza combativa de los trabajadores.

De igual modo, la sociedad francesa vivió las modificaciones en las relaciones entre el Estado, los patrones y la sindicatos; una recomposición del proletariado y el tránsito a una economía de la informatización cuyas consecuencias son el primado de los servicios y el trabajo inmaterial sobre el resto de la economía. La ideología del capital y el management participativo para la administración de la empresa y la gestión social cristalizan ese proceso.

Bien que las raíces de ese proceso se encuentran en el nacimiento de la empresa moderna, el momento del surgimiento hacia el nuevo paradigma acontece durante el periodo que va de 1980 a 1995. Floris (1996) trata de demostrar que esos rápidos cambios corresponden a las necesidades de la transformación *simbólica* del capital francés y de la legitimación del capital y de la empresa en el espacio público. Una de las hipótesis fuertes de ese autor es que la *comunicación de empresa* – elemento integrante del *management participativo*- contribuye a la construcción del nuevo modelo de legitimación de la gran empresa capitalista, y una nueva relación entre los administradores y los salariables. (Floris, 1996: 51)

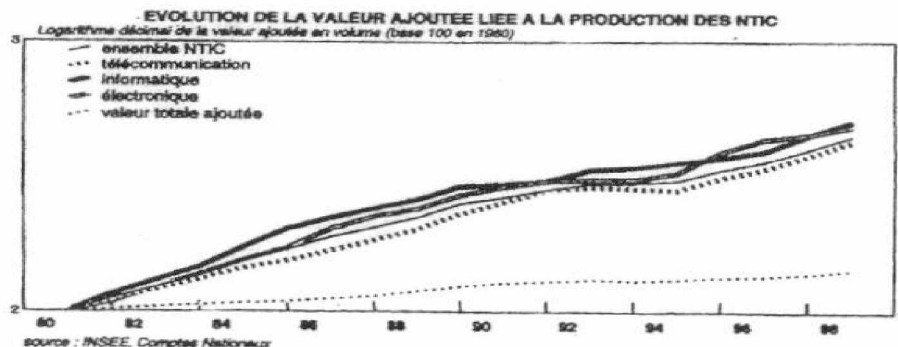
Floris, que no es ni economista, ni filósofo, ni administrador, es uno de los raros espíritus críticos que uno encuentra en la ética de la empresa. Él pone en relieve dos cosas *curiosamente ignoradas* por los especialistas del tema: de una parte, la *ideología del management* permite la reproducción de las relaciones de legitimidad, de dominación de la administración moderna y de la reproducción de la desigualdad en el espacio social; de otra parte, la necesidad de recurrir a la evolución histórica del

capitalismo y la sociedad francesa en la explicación del surgimiento de lo que Floris (1996) nombra *la ideología del management*.

La informatización y el proletariado

La entrada de Francia en la economía de la informatización ocurre después que los EUA y poco más o menos al mismo tiempo que el resto de los países de Europa. En la economía de la informatización, Francia se encuentra a la zaga de EUA y de Japón quienes son los líderes mundiales. Francia se sitúa al mismo nivel que el Reino Unido, detrás de Alemania pero antes que Italia.

Según el *INSEE* (2000) la economía de la informatización es difundida gracias a su alta productividad y a la baja considerable y continua del precio de las Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación. (NTIC). Eso permite su consumo masivo de parte de las empresas y los hogares. Los productos más consumidos son el Internet y el celular. Bajo la clasificación NTIC la contabilidad francesa reagrupa una serie de actividades diversas: la informática, la telecomunicación y la electrónica, la fabricación de materiales, de aparatos y máquinas. El punto fuerte de Francia es la producción de material de telecomunicaciones mientras que los servicios en telecomunicaciones están a la baja.



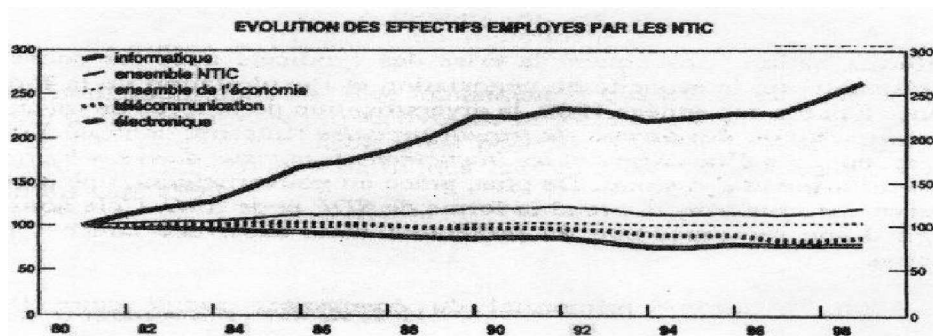
Fuente: *INSEE, Comptes Nationaux*

El desarrollo de la NTIC da una idea del progreso del tránsito hacia la economía de la informatización de la economía francesa, a pesar que los servicios financieros se encuentran ausentes de la clasificación contenida en la gráfica. El crecimiento de las NTIC y su dinamismo ocupan una parte cada vez más importante en la economía.

La rama de “actividades informáticas” ha experimentado un crecimiento continuo, después de una ligera desaceleración durante los años 1980. Su crecimiento proviene de las actividades de servicios, cuyo valor agregado es diez veces más elevado en 1998 que en 1980. Al origen del dinamismo de los servicios de informática se encuentra la difusión de los materiales el cual repercute sobre la demanda de servicios conexos de las empresas y los hogares (INSEE, 2000:87-104).

Tomando el periodo de 1967-1997, las inversiones en materiales informáticos se multiplican por veinte en valor. En el mismo periodo el crecimiento del capital informático, medio anual ha sido del 31% y la de equipos 4,2%. La contribución al PIB del capital informático medio anual ha sido del 0,10% para un crecimiento del PIB de 2,9% medio anual. Según el *INSEE* bien que el peso del capital de informática es débil en relación al PIB, él ha contribuido de manera notable al crecimiento económico general (*INSEE*, 2000:127-132).

Por otro lado, la evolución de los empleados de servicios en Francia durante los años 1980, los efectivos de la NTIC aumentaron alrededor del 20% en diez años (1980-1998). Su parte dentro del empleo total pasa de 2,5% a 2,9%. El aumento de los efectivos de los servicios se degrada en un 8% entre 1991 y 1994 para remontar vivamente hasta 1998, recuperando su nivel precedente. En 1998 las NTIC ocupan 658 000 personas, sea 2,9% de los efectivos empleados. Según el *INSEE* el progreso en el número de efectivos se explica por el dinamismo de servicios informáticos. Hacia 1998 esa rama ocupa 230 000 personas; de 1980 a 1998 esa rama ha creado un total de 50 000 empleos.



Fuente: *INSEE, Comptes Nationaux*

Recomposición del proletariado

Existe una base material sobre la cual ese proceso es posible. Esa base se constituye en primer lugar, por las redes formadas por las empresas en la investigación científica, especialmente en la biotecnología, la información y la comunicación, las cuales funcionan retomando en modelo japonés de administración de la empresa (Caron, 1997).

En segundo lugar, el sindicalismo militante de los años 1960 construye una red de información y de comunicación (los comités y delegados, los diarios, las revistas, etc.) los cuales constituyen hasta nuestros días los vehículos de difusión de la ideología al interior de la empresa.

En tercer lugar, de esa época datan las declaraciones de la necesidad de reestructurar la empresa y modificar la mentalidad del patronato francés, centralizador y autoritario. En fin, en esa época nace el proceso de recomposición del proletariado y

la emergencia de los empleados, mandos medios y superiores necesarios para la economía de la informatización.

En ese sentido, la entrada masiva a las Universidades que es un factor explicativo primordial del movimiento de los años 1968, también provee a largo plazo, los empleados, los mandos medios y superiores para la transformación estructural de la economía francesa.

Según Floris (1996) los cuadros especializados en management y la comunicación salen de las grandes escuelas francesas (*ENA, Mines, Polytechnique, HEC*, entre otras). Esos mandos de alto nivel de las grandes escuelas navegan entre el sector público, el sector privado y la política dando un trazo particular al capitalismo francés. Esos cuadros juegan un rol no despreciable en la difusión del management participativo y su ideología. Los otros factores de esta difusión son la participación del Estado y los medios masivos de comunicación.

En fin, nosotros subrayamos una idea fundamental establecida por Marx (1965f: 164), (1965c: 859-999, 948): el capital se apropia de todas las fuerzas productivas de la sociedad y las pone al servicio de la producción de plusvalía. Esta idea fundamental es válida en la actualidad donde las empresas además de sus objetivos económicos persiguen objetivos sociales, culturales y morales; lo cual no debe conducir a anular el primado de los objetivos económicos por otros. Si tal fuera el caso se trataría de organizaciones *no capitalistas* o de una forma de vida distinta a la burguesa donde la obtención de ganancia no es el objetivo fundamental. En suma, solamente de esa manera es posible explicar la adopción del nuevo management, su ideología a partir de los años 1980 y su generalización en las organizaciones hacia 1996.

Los periodos del tema ético para la empresa

La ética de la empresa –según Lipovetsky (1992)- representa la continuación de las corrientes, primero, religiosas ancianas y después sociales de los años 1960 en los EUA. Eso es resultado del nuevo complejo militar e industrial estadounidense, lo cual desemboca no solo en la responsabilidad frente a los accionarios de la empresa sino frente a la colectividad. Para Mattéi, (Naudet, 1997: 33) de acuerdo con la tradición filosófica anglosajona, la corriente de *Business Ethics* se interroga a partir de casos reales y concretos sobre los derechos y deberes de los participantes en los negocios.

Así, la corriente de *Business Ethics* puede ser dividida en dos etapas: *La primera etapa* cubre los años 1960 y 1970 con dos corrientes del pensamiento: *La corporate social responsibility* (responsabilidad social de la empresa) y *la corporate social responsivens* (la atención a las demandas sociales) la cual considera que la empresa debe responder y actuar para satisfacer las expectativas de la sociedad. (De la Bruslerie, 1992: 70-71) *La segunda* etapa cubre los años 1980 a nuestros días. Ella es un esfuerzo por introducir la dimensión ética en la empresa y los negocios a escala mundial. Ella es también la respuesta (1) a la corrupción mundial en los negocios, (2) al daño al medio ambiente y (3) a la ola ética desatada por las empresas estadounidenses con los códigos y cartas éticos.

Subrayemos que esos *motivos* – (1), (2) y (3) - son el punto de partida de los escritores de la ética de la empresa. Nosotros esperamos que se comprenda claramente que las *causas* de la nueva ideología del capital, -de la cual la ética de la empresa o ética de los negocios es una parte- se encuentran en el cambio estructural del capital y de los relaciones de poder y de legitimación correspondientes. Según, De la Bruslerie (1992), los *Business Ethics*, como resultado de la evolución administrativa, sería en último análisis el resultado mismo de la evolución de la empresa.

Según De la Bruslerie, el *Business Ethics* en EUA se trata de un fenómeno social y de una verdadera industria. Al comienzo de los años 1990, 4% de los dirigentes piensan que la ética era un tema de interés y de preocupación, 63% que ella contribuye al éxito de la empresa. La ola ética de los negocios es nacida en los EUA tomando el relevo de la corriente de la *responsabilidad social de la empresa*.

En la actualidad Responsabilidad Social de la Empresa (RSE) y Ética de los negocios (E.N) son dos temas complementarios pero diferentes. Los especialistas aun no se ponen de acuerdo cuál de los temas contiene al otro. Lo cierto es que el *Libro Verde* (2001) establece la RSE como un universo del cual la E.N. es un conjunto. De cualquier modo, las encuestas muestran el impacto del nuevo tema. Para 1987, 94% de la elite patronal estadounidense estima que la ética es un tema de primera importancia y 60% de los mandos superiores ven un útil necesario para la buena administración de las empresas. Un hecho empírico refuerza esta importancia. Se trata de la pléyade de organismos internacionales públicos y privados dedicados al estudio de la ética en los negocios y la RES (CCE, 2001: 29-35)

LA ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA Y LA ECONOMIA DE LA INFORMATIZACIÓN.

La economía de la informatización requiere estructuras flexibles capaces de adaptarse a lo diferentes medios y de responder rápidamente a los cambios de la producción y del mercado. Pues, las grandes empresas deben tener la capacidad de gestionar las diferencias internas en los distintos países de origen y las diferencias multiculturales en el extranjero. La administración moderna llama ese objeto *management intercultural*.

Entonces, el rol del *manager* o de la tecnoestructura es de provocar la *sinergia* necesaria para que esa nueva estructura sea eficaz y alcance sus objetivos. De ello se desprende, que el manager busca optimizar las energías, la creatividad, el libre juego de las potencialidades del proletariado moderno. Esas tareas tienen lugar en cada punto del organismo descentralizado. De ahí proviene la apariencia de autonomía, de igualdad y de democracia que la ideología del capital usa para ocultar el hecho que todos los puntos son administrados y conectados al centro de autoridad.

Para la empresa y la administración esos cambios se expresan, por una parte, en la sustitución del modelo inspirado en la teoría de Taylor (1986) y Ford por el modelo de Toyota; y por otra parte, en la producción *inmaterial* de servicios (financieros,

culturales y de educación). Según Hardt y Negri (2000: 303-307, 319-333, 359-363) al final de la década de 1960, los modelos tayloriano y fondista sobrepusieron la racionalización de la producción al extremo; en aquella época, esos modelos acusan su incapacidad para continuar dinamizando las fuerzas productivas y controlar la subjetividad proletaria producida por ellos mismos.

En la práctica, la descentralización de la producción significa una reestructuración física del capital y su administración. En la actualidad el *modelo organizacional de la producción en cadena de montaje es sustituido por el de red de comunicación*. Así el modelo toyotista se funda sobre la inversión de la estructura entre la producción y el consumo fordista. El toyotismo reduce la diferencia entre el tiempo de producción y el tiempo de realización del producto. La aplicación ideal de ese modelo sería de crear el producto solamente después de haber sido demandado. Las consecuencias para la reducción del tiempo de trabajo son evidentes; ellas inciden sobre el punto crucial del ciclo del capital: la realización de plusvalía.

Los efectos de la nueva estructura, del nuevo modelo de acumulación de capital y de la administración, hacen de la empresa una entidad aún más poderosa. La prueba de ello no son sólo el maná de riqueza, *la plétora de capital* producido; sino el poder ejercido de las empresas sobre el mundo, sobre todo a partir del derrumbe del llamado "socialismo real". El peso de las empresas en la producción mundial de riqueza es notable 29 multinacionales se encuentran entre la 100 primeras entidades económicas mundiales (Novethic. fr, 24/septiembre/2004).

Estos hechos han puesto la moral al orden del día para las empresas en tres ejes: la responsabilidad (económica y social), los derechos del hombre y el medio ambiente. Hemos visto que en el corazón de esos fenómenos se encuentran la revolución en la informática y las comunicaciones bajo su apropiación privada capitalista.

¿Son las prácticas de la informatización las que demandan la ética?

La pertinencia de esta pregunta proviene de la necesidad de no confundir las causas con los motivos, es decir, los *contenidos* con sus *formas exteriores*. En efecto, la implantación de la economía de la informatización posibilita la transformación del mundo de una forma nueva.

El ejercicio del poder sobre la naturaleza y la sociedad es uno de los fundamentos éticos del *principio de responsabilidad*. (Jonas, 1979, 2000). Así, el tratamiento de la información financiera, la clonación de seres vivos, la trasplante de órganos, la educación y la difusión mundial de la cultura, son expresión de una mayor potencia de la capacidad productiva social del trabajo de una calidad nueva.

En su ejercicio todas esas prácticas implican el comportamiento moral de los individuos; implican el comportamiento moral de acuerdo a los valores establecidos por la sociedad burguesa. Bien que la ley moral se cumpla o se infrinja, es innegable la presencia de la moral en esas actividades y sus efectos; cómo es innegable la necesidad de la reflexión de la ética sobre los mismos.

El control capitalista privado de la nueva infraestructura de la informatización y las comunicaciones da un poder enorme a las empresas y los gobiernos que se han puesto en la vanguardia de esa revolución. Dicho poder no solo se ejerce sobre la naturaleza, lo cual implica ya una responsabilidad, honestidad y transparencia, y por lo tanto, la moral. Decir que el poder se ejerce de unos pueblos sobre otros aunque cierto, olvida que ese poder se ejerce de los hombres sobre los hombres mismos, mediante las empresas, los Estados nacionales y las armas.

Ese poder es también ejercido por unos Estados sobre otros mediante los organismos internacionales y las empresas. Cuando en las conferencias internacionales se nos invita a entrar a la nueva era de la globalización antes que el futuro nos alcance (Conferencia Internacional, Módulo III, México, 2004). Se les olvida que México tiene más de 500 años dentro de la órbita imperial. Se les olvida que la economía de la informatización produce y reproduce la división internacional del trabajo, las desigualdades en todos los órdenes. Se les olvida que los países centrales orientan nuestra economía para satisfacer sus demandas: antes de oro, de especias y de madera; luego de petróleo, después de maquiladoras, hoy de productos químicos y de energía. Se les olvida que subimos al *barco ebrio de la globalización al mismo tiempo*; pero que no viajamos en la misma clase. Así nuevamente ya estamos en la globalización ocupando el lugar de subordinados, dependientes y explotados. Por eso, no estamos a la zaga sino abajo.

En consecuencia requerimos –y esa es una de las principales enseñanzas de la conferencia referida- desarrollar nuestro propio acervo de conocimiento. Pero para ese propósito es indispensable un Estado verdaderamente promotor del desarrollo nacional. Es decir, un Estado autónomo y libre de las ataduras del *Imperio*. En ese proceso las empresas pueden jugar un papel primordial, sobre todo si se dedican al servicio del desarrollo de la economía nacional.

El slogan hoy popular que dice “*Este siglo será ético o no lo será*”, es la forma exterior y exagerada de la necesidad de la moral y la ética que esas actividades ponen en relieve. No que la ética haya sido menos necesaria antes de 1985 que ahora; sino que esas prácticas posibles gracias a la nueva infraestructura originada por el conocimiento, hacen necesario un límite y un criterio de verdad. En efecto, la moral establece los límites de las pulsiones, los deseos y el interés egoístas. Ella es un criterio de verdad en relación a lo que se considera bueno, positivo, correcto y recomendable. La administración moral de la empresa es la forma exterior que toma la necesidad de poner al hombre y su praxis en el centro del análisis.

La necesidad de la moral y la ética originada por la transformación del mundo con las NTIC es un estado del organismo social. Es una reacción para establecer un coto a los deseos de ganancia y poder, para los individuos, las empresas y los gobiernos. Es además un criterio de verdad sancionado por los hechos, es decir, por las condiciones de vida de la *masa*. No son las prácticas de la economía de la informatización las que demandan la moral y la ética. Son los hombres y las mujeres que realizan y esas prácticas las que necesitan la ética y la moral.

De lo anterior se deriva que en el mundo de los negocios, no son sólo las empresas o la sociedad las que demandan la ética y la moral. Son los hombres que realizan su *praxis* dentro de la empresa o fuera de ella quienes demandan y requieren el ejercicio de la moral y la comprensión de la ética; y lo hacen por que viven la violación de sus *derechos universales* o sufren la degradación de su hábitat y su nivel de vida.

Considerar los negocios como una entidad aparte en la cual la moral y la ética no tienen nada que ver sino de manera exterior es un error grave que imposibilita comprender la relación orgánica entre ética, moral y negocios; y en un sentido más amplio la relación entre ética, economía y administración. Al contrario, la *praxis* como totalidad de relaciones permite ver la diferencia de esos mundos y su relación orgánica.

Sin embargo, esa ruptura entre el mundo de los negocios la moral y la ética, se explica por el primado del interés, el egoísmo y el despotismo en los primeros. Es de esta forma contradictoria como lo humano se expresa en el mundo de los negocios; bien que dentro de los mismos hay gente progresista guiada por los más altos valores morales.

Por otro lado, la ruptura entre economía, administración y ética se explica por el primado de la razón racionalista o razón burguesa, que ha dividido al mundo en dos: Por un lado, el mundo del cálculo, de la medida, de lo que es medible y por tanto racional. Por el otro, el mundo de las emociones, los sentimientos y las pasiones, no medibles y por tanto, fuera de la racionalidad (Kosik, 1970). La crítica de la razón racionalista nos conduce a comprender que esos mundos son en realidad una *totalidad*. Los hombres en su vida práctica reproducen esa totalidad en donde confluyen esos dos mundos.

Así en la empresa y los negocios, la ética y moral están presentes como parte de su ser y constituyen un todo. La demanda de una administración moral para las empresas y los negocios es la forma exterior cómo se presenta la reacción contra la ruptura provocada por la simple búsqueda del provecho; es la forma como lo humano en todas sus dimensiones busca restaurarse frente al trabajo alienado.

La E.N. de la época de la informatización y el destino del hombre

Todo lo anterior nos conduce a una pregunta crucial olvidada por los especialistas de la ética de los negocios ¿cuál es el destino del hombre de esta época de la informatización?

Explicuemos. Para los escritores de la ética de los negocios no es el “hombre” sino el “individuo” o el “actor” el punto clave del análisis. Así el *actor* reproduce el *sistema* eligiendo las estrategias pertinentes -de acuerdo la *racionalidad limitada*- que le permitan obtener el mejor provecho dentro del sistema del cual él forma parte (Archier y Sérieyx, 1984).

Por ejemplo, *el individuo* debe aprender y practicar el comportamiento moral dictado por los Códigos Éticos, por que de esa manera identificará su proyecto personal con el proyecto de la empresa. La promesa de una tal adopción es el florecimiento personal. Sin embargo, el individuo o el actor, dentro de la empresa actúan como entidad parcial. La revolución de la informatización no ha abolido el trabajo alienado, o la enajenación de trabajo capitalista.

Al contrario, la nueva infraestructura posibilita la enajenación y el control de la subjetividad: el primado del trabajo inmaterial, (el tele-trabajo) es un ejemplo de este nuevo tipo de trabajo abstracto. Así la autonomía, la libertad, del trabajador con las cuales se postula la abolición de conflictos de clase dentro de la empresa, y la abolición de las clases sociales en los países desarrollados, es del todo aparente. Todos los trabajos son administrados en los distintos centros estratégicos ligados por la red.

El hecho fundamental es que el capital sigue determinando el destino de la *masa* de empleados y trabajadores. La ética no sólo nos dice cuáles son las leyes del comportamiento moral, los valores morales y la conciencia moral de los hombres. La ética también nos explica el sentido de ese comportamiento. Más el sentido implica ya un destino, un lugar hacia el cual uno se dirige, una llegada.

Lo anterior significa un cambio de *paradigma mundial*. Se trata de un cambio económico, político y social: la razón más importante, es que el mercado mundial aparece como la pieza central en el dispositivo del control de la producción. El mercado es también la pieza central del control y de la legitimación de la sociedad disciplinaria. Entonces, por el mercado mundial actual las fronteras del Estado-nación aparecen como obstáculos, los cuales son superados gracias al poder descentralizado en red de las empresas y los organismos sociales y políticos. Gracias al mercado mundial, las formas de producción y de vida disciplinarias del capitalismo son difundidas todo a lo largo de su historia. La realización del mercado, de su estructura, puede ser concebida como la forma emblemática del poder imperial y; la realización del modo de vida capitalista, de su poder, de su disciplina y de su legitimidad (Hardt y Negri, 2000).

La acumulación creciente del capital significa, la socialización creciente de la producción: la generalización del mercado mundial es la generalización de la lucha de clases y de la crisis a escala mundial. La dinámica del modo de vida capitalista pone en frente a frente a la masa de proletarios desposeídos y la apropiación privada de la riqueza social de la clase capitalista.

Por lo tanto, la realización del mercado mundial actual cumple perfectamente esta tesis sostenida por Marx (1965c). Salvo, que se trata de la movilidad mundial de la fuerza de trabajo y de un nuevo proletariado, es decir, del *proletariado moderno* o *proletariado de la época de la informatización*. Y ahí se cumple todavía, la tendencia a someter toda la masa de la población al trabajo salariado. Más, el primado del proletariado de la fábrica del siglo XIX es sustituido por el primado del trabajo salariado en los servicios. Sin embargo, el resultado es que la *multitud* de

desposeídos y el capital se encuentran cara a cara. Entonces, en ese sentido, la realización del mercado mundial es la realización de esa contradicción.

El capital como relación de producción, es decir como relación entre hombres mediante las cosas, toma forma en la organización llamada empresa capitalista. El capital y la empresa siguen determinado el destino del hombre de la época actual. Pero lo hacen sobre una nueva infraestructura la cual posibilita el control del ejercicio físico e intelectual y sus resultados; es decir, el control y los resultados de la subjetividad. Esto pasa en todas las empresas y organizaciones susceptibles de adoptar las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (NTIC) en su administración. En suma, el destino del hombre es servir al capital, pero esta vez en cuerpo y alma asumiendo los valores de su organización.

La administración moral de los negocios contiene luego entonces componente ideológico sin el cual ella no puede ser explicada. Es decir, contiene relaciones de propiedad, de autoridad y de poder que marcan el destino del hombre de nuestros días a escala mundial.

CONCLUSIÓN

1. El surgimiento y función de la ética de los negocios puede ser explicada a partir de la emergencia de la Revolución de la Informatización y las Comunicaciones. Ambas son la creación del desarrollo del modo de vida burgués considerado en sus relaciones económicas, políticas, sociales e ideológicas. En otros términos ambas son creación de los hombres que viven en ese modo de vida.
2. La Tercera Revolución en la Informática y las Comunicaciones al hacerse inmanente a los procesos de la producción y la distribución social, crea la base material de un nuevo modelo de acumulación. De ahí proviene la necesidad de una nueva forma de administración. La calidad total, el management participativo y la comunicación corporativa representan unas tantas formas de esta nueva administración.
3. Un rasgo importante de esta nueva administración moral es la gestión de la subjetividad. Bien que la nueva infraestructura la posibilita, esta no sería posible sin la legitimación y aceptación por parte de los hombres que trabajan en las empresas y las organizaciones. En este sentido la transformación de la Dirección de Personal en D.R.H es clave.
4. Es bajo estas ideas cómo se explica el origen de la Ética de los Negocios y su razón de ser. Ella es la ideología del capital para mejor administrar la empresa de la economía de la informatización.
5. La demanda de una administración moral de las empresas y las organizaciones es del todo sana. La enseñanza que podemos inferir de su problemática tal que se presenta en la superficie, es el hecho de poner al corazón de los negocios al hombre que trabaja en la empresa capitalista; bien que la E.N. no responde cómo los hombres que le sirven pueden alcanzar el florecimiento personal enajenando su trabajo.
6. Los procesos señalados ocurren principalmente en los países llamados desarrollados. Nos resta por explicar en futuras investigaciones cómo este proceso ocurre en México.

BIBLIOGRAFÍA

- Archier, G. et Sérieyx, H. *L'entreprise du 3^e type*, Paris, Editions Seuil, 1984
- Blanchard, K et Peale N.V ; *Ethique et management. Réussir en restant intègre*, Paris, Traduction par Marnat S ; Les Editions d'Organisation, 1988
- Boyer, A, et. al. ; *L'impossible éthique des entreprises*. Paris, Éditions d'Organisation, 2002
- Caron, F ; *Les deux révolutions industrielles du XX^e siècle*, Paris, Editions Albin Michel, 1997
- Claude, J-F ; *L'éthique au service du management*, Paris. Les Éditions LIAISONS, 1998
- Chandler, Jr. Alfred D ; *La main visible des managers*, Paris, traduction de l'américain par Langer, F ; éditeur Economique, 1988 (1977)
- Caron, F ; *Les deux révolutions industrielles du XX^e siècle*, Paris, Editions Albin Michel, 1997
- CCE, *Livre vert. Promouvoir un cadre européenne par la responsabilité sociale des entreprises*, Bruxelles, le 18.07. 2001 COM (2001) 366 final
- Daigne, J-F ; *L'éthique financière*, Paris, PUF collection que sais-je ? numéro 2604, 1991
- De Feuilhade de Chauvin Tanneguy ; *Ethique et pouvoir dans l'entreprise*, Paris, ESF éditeur, 1991
- Dermagne, J ; *Révolution chez les patrons ? L'entreprise citoyenne*, Paris, Bayard Editions, 1996
- De la Bruslerie, H (coordonnateur) ; *Éthique, Déontologie et Gestion de l'Entreprise*, Paris, éditeur ECONOMICA collection Gestion, 1992
- Etchegoyen, A ; *La valse des Ethiques* , Paris, Editions François Boudin, 1991
- Faber, E ; *Main basse sur la Cité. Ethique et entreprise*, France, éditeur Hachette, 1992
- Falise, M et Regnier, J ; *Repères pour une Ethique d'Entreprise*, France, éditeur Centre d'Ethique Contemporaine, 1992
- Farcy, H (présentateur) ; *Vers une morale des affaires ? L'Ethique du Responsable commercial*, Paris, Institut catholique de Paris. Action populaire. Bibliothèque de la Recherche Sociale. SPES, 1969 Cas concrets introduit par FARCY, H
- Floris, B ; *La communication managériale. La modernisation symbolique des entreprises*, Grenoble, PUG, 1996
- Galbraith, J, K ; *Le nouvel Etat industriel*, Paris, Gallimard, collection TEL, Traduit de l'anglais par Crémieux-Brilhac, J-L et Le Nan, M, 1989, (1967)
- Gélinier, O ; *L'éthique des affaires. Halte à la dérive*, Paris, Editions du Seuil, 1991
- INSEE ; *L'économie française. Rapport sur les comptes de la Nation de 1999*, Paris, Librairie Générale Française, INSEE, 2000
- Hardt, M et Negri, A ; *Empire*, Paris Exils Editeur, traduit de l'américain par Canal, D-A, 2000

- Hill, C. y Jones, G. *Administración estratégica un enfoque integrado*, Colombia, McGraw-Hill 2000 (1996)
- Jonas, H ; *Le principe de responsabilité, Une éthique pour la civilisation technologique*. Paris, Flammarion, 2000 (1979)
- Kosik, K ; *La dialectique du concret*, Traduit de l'allemand par Dangeville, R ; Paris, éditeur Maspero, 1970
- Lalande, A ; *Vocabulaire technique et Critique de la Philosophie*, Paris, PUF, 1991 17^e édition, (1926)
- Lipovetsky, G ; *Le crépuscule du devoir. L'éthique indolore des nouveaux temps démocratiques*, Paris Éditions Gallimard, NRF essais, 1992
- McGregor, D ; *La dimension humaine de l'entreprise*, Gauthier-Villars, 1960
- Marcuse, H ; *L'homme unidimensionnel. Essai sur l'idéologie de la société industrielle avancée*, Traduit de l'anglais par Wittig, M et l'auteur, 1968 Editions Minuit, 1968 (1964)
- Marx, K ; *Contribution à la critique de l'économie politique*, Paris, Bibliothèque de la Pléiade. Œuvres I Economie, édition établie, présentée et annotée par Maximilien Rubel. NRF Gallimard, 1965a (1859)
- Marx, K ; *Manuscrits parisiens*, Paris, Bibliothèque de la Pléiade. Œuvres III Philosophie, édition établie, présentée et annotée par Maximilien Rubel. NRF Gallimard, 1968b (1844)
- Marx, K ; *Le Capital*, livres I, II et III, Paris, Bibliothèque de la Pléiade. Œuvres I Economie, édition établie, présentée et annotée par Maximilien Rubel. NRF Gallimard, 1965c (1867), 1968d (1885) (1894)
- Marx, K et Engels, F ; *L'idéologie allemande*, Paris, Bibliothèque de la Pléiade. Œuvres III Philosophie, édition établie, présentée et annotée par Maximilien Rubel. NRF Gallimard, 1982e (1846)
- Marx, K et Engels, F ; *Le manifeste communiste*, Paris, Bibliothèque de la Pléiade. Œuvres I Economie, édition établie, présentée et annotée par Maximilien Rubel. NRF Gallimard, 1965f (1848)
- Mercier, S ; *L'éthique dans les entreprises*, Paris, La Découverte, Collection Repères, 1999
- Mintzberg, H ; *Le pouvoir dans les organisations*, Paris, Les Editions de l'Organisation, Traduit de l'américain par Sager, P ; 1986, (1983)
- 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
- Peters, T. et Waterman, R. ; *Le prix de l'excellence. Les secrets des meilleures entreprises*, Paris, InterEditions, Traduit de l'américain par Garene, M et Pommier, C ; 1983 (1982)
- Salomon, R.C et Hanson, K.R ; *La morale en affaires clé de la réussite*, Paris, Éd. Organisation, 1989
- Simon, Y et Joffre P (sous la direction) ; *Encyclopédie de Gestion*, Paris, Economique, 2^e édition, 1997, T, I, II, III
- Taylor, W. F., *Los principios del management científico*, España, Ediciones Orbis, S.A. Traducción Alicia Arrufat, quinta edición, 1986 (1911)
- Verley, P ; *Entreprises et entrepreneurs du XVIII siècle au début du XX siècle*, Paris, éditeur Hachette, 1994
- Articles :

*Dans : Simon, Y et Joffre, P (sous la direction) ; *Encyclopédie de Gestion*, Paris, Economique, 2^e édition, 1997, T, I, II, III

Bergmann, A ; *Ethique et gestion*, T, II p, 1239*

Charreaux, G ; *Gouvernement de l'entreprise*, T, II p, 1652*

Cohen, E ; *Epistémologie de la gestion*, T, I p, 1158*

Desreumaux, A ; *Structures de l'entreprise*, T, III p, 3147*

Reitter, R ; *Culture et identité*, T, I p, 878*

Orsoni, Jacques ; *L'enseignant de gestion face à la morale d'entreprise*, Revue française de gestion, n° 74, juin, 1989, p, 114

www.novethic.fr (24/septiembre/2004) *Repères. La Responsabilité Sociale des Entreprises*

**Autor: Dr. En ciencias de la Administración por la Universidad de Córcega (IAE)
Ricardo Cuevas Moreno.**

Plaza: Investigador.

Universidad Autónoma de Tamaulipas. Facultad de Comercio y Administración de Tampico (CAT)

Centro Universitario AP. Postal No. 6

Tampico, Tamaulipas, México

e-mail: rcuevasfr@yahoo.fr

01 (833) 241-2008

01 (833) 241-2010 ext. 227

044 (833) 104 3760