

MORAL DEL NOBLE Y MORAL DEL ESCLAVO:
REPENSANDO LOS VALORES EN LA
ORGANIZACIÓN

Cristian David Rincón Orozco⁶⁰

⁶⁰ Estudiante de séptimo semestre de Administración de empresas de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales y estudiante de cuarto semestre de Filosofía y Letras de la Universidad de Caldas. Miembro del Grupo de Investigación en Filosofía y Teoría de la Administración. Colombia, crdrinconor@unal.edu.co

Resumen

El objetivo de este texto es identificar el fundamento de los principios morales que rigen la sociedad actual y, en una aproximación a la administración, compararla con la *naturaleza* de la organización. Para esto, se reconstruye la teoría de Friedrich Nietzsche en el primer tratado de "La genealogía de la moral" y, en un segundo momento, se analizan las repercusiones de dicha teoría en la empresa de índole privado. Se explican los dos períodos de la moral en la historia: la *moral de los esclavos* y la *moral de los nobles*. Ya, al analizar la naturaleza de la empresa, se comprende que ésta va de la mano con la *moral de los nobles* y no con la de *los esclavos*, pero que en ella se funda. Así, se concluye que es necesario repensar los principios morales.

Palabras claves

Moral, cultura organizacional, historia de la moral, naturaleza de la empresa.

Abstract

The target of this research is to identify the foundation of the moral principles that govern our society and, in an approximation to the administration, to identify it with the nature of the company. Ad hoc, it reconstructs the theory of Friedrich Nietzsche in the first treaty of "On the genealogy of moral" and, in a second time, it analyzes the repercussions of that theory in the private company. Thence, it explains the two periods of the moral: the *slave morality* and the *master morality*. So, to analyze the nature of the company, it comprises this goes hand in hand with the *master morality* and no with of *the slaves*, but in this it bases. Thus, it concludes that is necessary to re-evaluate the moral principles.

Keywords

Morality, organizational culture, history of the moral, nature of the company.

Introducción

Cuando se habla de ética, aún en las organizaciones, se toca un tema muy puntilloso. Grandes pensadores como Tomás de Aquino y Jean-Jacques Rosseau han tenido la concepción de que la moral debe ir ligada a la religión (Hauser, 2005). Lo que aquí se pretende es explicar si es esto verdad o no. No se pueden dejar las cosas como están porque, quién sabe, nunca se sabe cuándo se puede encontrar el error. El estudio, análisis y crítica de la moral es lo que se depara en este texto. De allí a que sea tan importante pensar una reconstrucción histórica de la moral, intentando establecer sus fundamentos y su importancia en el campo administrativo. La creencia de que todo está bien como está debe ser derrumbada. La crítica y la duda son cualidades propias del hombre que deben ser aprovechadas. Así, se espera repensar los fundamentos morales de la sociedad occidental, no sin antes describirla y explicarla, o refutarla y, en última instancia, reconstruir una nueva. Este primer momento es necesario para la reconstrucción de la moralidad, para repensar la ética en la empresa.

Nietzsche, en el primer tratado de "La genealogía de la moral", hace una reconstrucción filológica de las palabras *bueno* y *malo*. Fácilmente se podría caer, así como Hume, en la tentación de refutar cualquier intento de describir la moralidad en una sociedad, apelando a que los valores morales son subjetivos y que no se puede hablar de una moral universal (Zavadivker, 2000). Sin embargo, lo que Nietzsche pretende es algo totalmente diferente: él intenta establecer los fundamentos de la moral en la civilización occidental, su historicidad y el porqué de los cambios que han tenido en la historia.

Bien se sabe, además, que las organizaciones pueden ser públicas o privadas. Esta diferenciación constituye un componente clave en este trabajo: en ningún caso se habla aquí de la organización pública porque, por razones obvias, su *naturaleza* es diferente a la de la de carácter privado; es decir, cuando se habla de *naturaleza* se habla de lo que la constituye, la incentiva, por qué es, de dónde nace, para qué sirve. De esto hay mucho por hablar: la forma en que se organizan es diferente; sus objetivos están marcadamente alejados uno del otro: la organización pública busca, en teoría, satisfacer las necesidades del público, y la privada busca obtener utilidades con la prestación de servicios (Reyes Ponce, 2004). Entender esto es de suma importancia al momento de acercarse a la *moral* a la organización, pues su *naturaleza* debe ser la misma a la de su *moral*. Debe haber una concordancia tanto de sentido como de objetivos en ambas.

1.

Hay muchas maneras de estudiar la moral. La más sencilla, y la que se ha utilizado por millones de años, es determinando lo que debe y no debe hacerse, estableciendo lo dicho como ley universal. Una ética utilitarista puede ser llevada a un campo mucho más abierto: lo mejor es aquello que beneficie a la mayor cantidad de personas posible o, en otro sentido, lo que menos perjudique a la mayoría. Trata de tomar cada acción por separado y analizarla junto con las demás opciones para de allí elegir la mejor (Sandoval, 2010). En las empresas, los códigos de ética suelen acercarse al modo mandatorio de “debe hacerse esto y evitar aquello otro”, fundada en razonamientos, muchas veces sin estructura, de unas cuantas personas que describen qué es lo que creen correcto (Dueñas Ocampo, 2011). Esto no debería ser así. La moral debe estar fundada en bases sólidas que establezcan los límites y los porqués de los actos: no describiéndolos, sino volviendo a sus principios y desde allí actuar. En cambio, se observa constantemente que los juicios morales se modifican de contexto en contexto, de tiempo en tiempo y de persona en persona; convirtiendo a la moral en un conjunto de leyes que se modifican dependiendo de los intereses de la época (Zavadvijer, 2011). Ahora bien, entendida la necesidad de fundamentar de manera adecuada la moral, ¿no será prudente, entonces, empezar estudiando sus fundamentos, sus raíces y su historia? ¿Qué pasaría si en ese proceso se descubre que la historia de la moral ha estado llena de errores? ¿No sería, acaso, realmente menester este estudio para así entender cada error, cada malinterpretación, con el fin de enderezarlo, de volver al camino correcto? La moral se puede volver muy problemática. Observarla es fácil, pero abarcarla por completo resulta muy difícil: ha vivido milenios, y entre tantos años ha sufrido fuertes transformaciones y ha estado sometida al pueblo, a tantos juicios, uno tras otro, tan diferentes unos de otros.

2.

Se sabe que el objeto de estudio de la administración son las organizaciones. Se sabe, además, que una organización es, en resumidas palabras, un grupo de personas ordenadas que actúan en pro de un objetivo común. De esta suerte, se sabe que dentro de las organizaciones se genera la llamada *cultura organizacional*. Si se acepta la premisa de que toda acción del hombre trae implicaciones morales, entonces se podría decir que el estudio de la *cultura organizacional* va estrechamente ligado al estudio de la ética (Abravanel, 1992). Así que cuando alguien se ocupa de esto, no se ocupa de cuestiones metafísicas y trascendentales, sino de un estudio teórico que trae serias repercusiones en lo práctico. Es como si se pudiera concebir una empresa en la que la *cultura organizacional* es desconocida; el gerente de RRHH no sabe cómo actúan los empleados, no conoce sus gustos ni deseos, no sabe cómo recompensarlos o castigarlos, y mucho menos sabe cómo se comportan. Una empresa así solo puede

existir en los puestos más bajos del mercado, ya que va en contra de las enseñanzas de la academia. Si no se conoce e interpreta a los trabajadores, no se puede dirigir una empresa adecuadamente; y esto los administradores lo saben muy bien.

3.

Retornando al campo de la ética, se puede deducir que todos los prejuicios morales de los empleados, que a fin de cuentas son los de la organización, son aprehendidos de la sociedad en general. De este modo, lo *bueno* y lo *malo* en la empresa, se supone, significa lo que significa en la sociedad (Spencer, 2000); pero se convierte en un verdadero problema definir qué considera la sociedad como *bueno* y qué como *malo*. Esta faena, que encausa un estudio prolongado del comportamiento humano, se convierte en una disertación tediosa y extensa. En cambio, es mejor preocuparse por sus bases, por sus causas y por su sustento. Así mismo, es preciso estudiar su referente histórico y, en este caso, lingüístico.

En primer lugar, la palabra *Bueno*, que se desprende del latín *Bonus*, fue estudiada y definida por grandes filósofos en la historia. Kant, por ejemplo, enmarca lo bueno en los actos desinteresados que al obrarse puedan convertirse en ley universal (Carvajal, 2009). Aristóteles (2001), en cambio, pensaba un tanto diferente; para él, la virtud –o lo bueno– consistía en la moderación: no se debía ser ni muy egoísta ni muy desinteresado, sino estar en el punto medio; no se debía ser temerario ni temeroso, sino valiente; no se debía ser avaro ni muy generoso, sino moderado. Se ve, entonces, que existe una controversia clara entre ambos filósofos. Pero esto no queda así: si se compara el concepto de bueno del siglo IX a. C. con el del siglo XXI, se nota aún más la diferencia. Cuando Homero, en *La Iliada*, describe a Aquiles como un hombre bello y virtuoso, lo hace por su carácter conflictivo, guerrero y orgulloso (Alsina, 1991). En esto no puede haber nada extraño: el pueblo admiraba al hombre que los protegía del enemigo y que los mantenía a salvo, a través de su valentía y habilidad. El hombre que busca la paz y la armonía es, al contrario, el ideal del hombre virtuoso desde la modernidad, mientras que al hombre conflictivo no se le ve con agradables ojos.

4.

Que el hombre bueno y virtuoso era el guerrero, el valiente y conflictivo se sustenta aún más cuándo se entra a analizar el recorrido histórico del término. *Bonus* (bueno) y *Bellum* (Bello) se desprenden de *Duonus* (división) y de *Duellum* (duelo), respectivamente. Lo bueno y lo bello estuvo ligado, originalmente, al guerrero; y, generalmente, esta clase era la noble (Nietzsche, 1972). Así, por ejemplo, Agamenón, uno de los distinguidos héroes de la guerra de Troya, era hijo del rey Atreo de Micenas y de la reina Aérope y, por tanto, pertenecía a la nobleza (Smith, 1867). Los ejemplos de hombres así sobran: Qin Shi Huang, primer Emperador chino; Calígula, tercer Emperador romano; Alcibíades, gobernante de la antigua Grecia; entre otros. Todos nobles, se relacionaban de forma directa con la guerra (Garlan, 2003). Por una parte, se ve, entonces, que los virtuosos y

buenos eran aquellos que pertenecían a la nobleza y que se destacaban por la acción, la valentía y el conflicto.

El hombre malo, el no virtuoso, era, en cambio, aquel hombre vulgar que pertenecía al pueblo y que no se destacaba en nada. El hombre no virtuoso, el *malo*, era el pueblerino. Si se ve, por ejemplo, *Sletch*, que significa *malo* en alemán, se puede descubrir que guarda increíble semejanza con *Slitch*, que significa *simple*. De este modo, ya se comienza a notar cierta caracterización entre el hombre bueno y virtuoso, y el hombre malo y no virtuoso.

5.

Ahora bien, este concepto de *malo* es lo que fundamenta la llamada *moral de los esclavos* para Nietzsche (1988). Esto se nota al comparar el latín *Malus* (malo) con el griego *μελας* (negro). Si se continúa con el mismo orden de ideas y con el mismo razonamiento, se podría decir que el hombre negro era, originalmente, considerado malo. Sin embargo, en esto nada tiene que ver su color de piel: los hombres de oscuros cabellos y piel morena eran, generalmente, los esclavos que estaban subordinados ante otro pueblo: los judíos fueron el pueblo dominado por excelencia. Sus rasgos oscuros eran sinónimo de esclavitud y desprecio. Era común escuchar decir entre los nobles "hic niger est (este es negro)", refiriéndose a los esclavos en tono despectivo (Nietzsche, 1988). Los hombres nobles, en cambio, eran los de piel blanca y cabello rubio. En el gaélico, por ejemplo, *Fin* significa *noble*, pero también sirve para referirse al hombre de cabello claro. Sin embargo, hay que recordar que no tenía nada que ver el color de piel, sino que todo se debió a una caracterización de los nobles y esclavos. De aquí surgen, a su vez, los dos tipos de moral para Nietzsche: *la moral de los esclavos* y *la moral de los nobles*. Su nombre hace referencia al tipo de personas que actuaban a través de ella. Así, la *moral de los nobles* representa el orgullo, la fortaleza, la honestidad, el amor por sí mismo, la fuerza de voluntad y la valentía. Para ella, lo *bueno* es todo aquello que fortalezca y dé poder; mientras que lo *malo* es la debilidad, la cobardía, la timidez, la simpleza, etcétera. El hombre *noble* evalúa las acciones de acuerdo a lo útil que son para sí mismo: "lo que es bueno para mí, lo que me conviene y me es útil –dicen– es bueno en sí mismo". Por otro lado, la *moral de los esclavos* nace del débil, del oprimido. Como reacción a su opresión, envilecen a sus opresores y a su moral. Alaban la humildad, la servidumbre, el desinterés. Lo *bueno* es todo aquello que le sea útil a la sociedad en general. Lo *malo* es todo lo que es *bueno* para la *moral de los nobles*. Una es la oposición de la otra (Nietzsche, 1972).

6.

A finales del siglo IV, el cristianismo fue aceptado como religión oficial del Imperio Romano. Después de una larga tradición pagana, la seducción de un dios omnipotente que otorga la vida eterna, persuadió al pueblo de que Dios –o Yahvé, o Jehová– era el camino, la verdad y la vida. A partir de entonces, fue la religión quién dictó la moral y las

leyes que debían seguirse; fue a través de la clase sacerdotal que se redefinió lo *bueno* y lo *malo*. Sin embargo, causa cierta curiosidad saber de dónde surgió esto. Los judíos, como se dijo anteriormente, fueron la sociedad dominada por excelencia y, paradójicamente, terminaron predominando allí mismo donde habían sido esclavos (Nietzsche, 1988). En este proceso, se dio un gran cambio en la humanidad: una inversión en los valores. *La moral de los esclavos* comenzó a prevalecer y cada vez se fue instaurando más en la mente de los hombres. No puede haber en esto nada extraño: cuando un sector de la sociedad crece y domina, también crecen y dominan sus costumbres. Suele ser así. El comportamiento gregario se enfocó hacia esta nueva manera de ver el mundo.

Según Will Durant, el cristianismo triunfó sobre el paganismo porque ofrecía una doctrina más atractiva a la mayoría del pueblo, porque se enfocaba más en las necesidades humanas (Durant, 1972). Sin embargo, para los creyentes, esa no es una explicación satisfactoria, sino que todo se dio porque esa era la palabra y el mandato de Dios. Sin embargo, lo que aquí vale la pena entender es que, si nos ceñimos a Hechos 1:15, el cristianismo comenzó con 120 judíos y luego se expandió hasta prevalecer sobre todas las demás doctrinas.

7.

Ahora bien, cuando se habla de la moral en la organización, se debe hablar, del mismo modo, de la moral en la sociedad, pues la *cultura organizacional* es solo un reflejo de la *cultura* en la sociedad (Spencer, 2000). En este mismo orden de ideas, se puede afirmar que el fundamento de la *cultura organizacional* es, en general y como ideal, *la moral de los esclavos*, pues "el sistema de valores de una organización debe ser, por definición, un sistema subordinado a otro sistema de orden superior, puesto que la organización se define siempre como subsistema de un sistema social más amplio" (Parsons en Abravanel, 1992, Pp. 13).

Sin embargo, en las organizaciones ocurre algo diferente a lo que ocurre en el sistema social: las organizaciones son mucho más cerradas que el sistema social. Esta generalidad se da gracias a la existencia de un contrato laboral que intenta regular las acciones de los empleados a través de la imposición de normas, valores y objetivos que buscan provocar una *cultura organizacional* donde reine la tranquilidad y la cooperación. Más esto no se logra. El mismo hombre que integra la empresa hace parte de la sociedad; una sociedad donde cohabita con él la envidia, el odio, el conflicto; una sociedad más real. De este modo, la *cultura organizacional* que se forma en la empresa es muy diferente a la que se espera que se forme. Las razones son muy sencillas: no se puede esperar que un hombre que vive en un mundo capitalista, que siempre pretende tener más y más, se vuelva manso, desinteresado, solidario y apacible, solo porque el contrato así lo demande. La sociedad espera que en ella habite la tranquilidad, la paz, la

moral de los esclavos, pero simplemente como ideal. Las concepciones de *bueno* y *malo* nacen del ideal *moral* que tienen los esclavos, más no de la realidad.

8.

En segundo lugar, cuando se entra a estudiar la *naturaleza* de la empresa privada, se encuentra su incompatibilidad con la *moral de los esclavos*. El fin de la empresa es "buscar la obtención de un beneficio económico mediante la satisfacción de alguna necesidad de orden general o social" (Reyes Ponce, 2004, Pp. 83); y, en este sentido, el interés personal: es egoísta. De este modo, no se podría afirmar que la ética kantiana, que fácilmente puede ligarse a la *moral de los esclavos*, es aplicable a la empresa. Como se dijo al principio, "la conclusión kantiana respecto a que es que un acto es verdaderamente moral, si los motivos que lo provocan son morales. Es decir, a las acciones morales no pueden involucrarse motivos e interés egoísta" (Carvajal, 2009, Pp. 138). Al llevar esta ética al plano empresarial, contradice la *naturaleza* de la empresa. Por ejemplo, una comercializadora de zapatos debe conformarse con no obtener utilidades y, en el mejor de los casos, tampoco provocar pérdidas, pues los motivos que impulsan a la empresa no deben ser egoístas, y hablar de "recibir utilidades" significa tener intereses personales. Los intereses de la empresa privada son egoístas y esto no funciona. Ya lo decía Bowie:

(...) al analizar el problema, la gente parece suponer que las acciones que fortalecen la rentabilidad financiera son actos de interés egoísta por parte de la corporación. Sin embargo, en el caso de las corporaciones de propiedad pública y las sociedades, esto no es así. Las corporaciones de propiedad pública tienen la obligación de obtener utilidades con base a sus actas constitutivas, ciertas obligaciones legales con los accionistas y un contrato implícito con el público. No sería exagerado decir que los gerentes de una corporación de propiedad pública han prometido esforzarse por obtener utilidades. (Así, en el caso de las organizaciones que hacen beneficencia buscando lucro, ellas están...) cumpliendo con su obligación de obtener utilidades y su obligación de beneficencia. Por lo tanto, la insistencia de Kant en que una acción debe llevarse a cabo por un motivo verdaderamente moral no descalifica necesariamente los actos de beneficencia corporativa que también contribuyen a la rentabilidad (Bowie en Carvajal, 2009, Pp. 139).

En este sentido, si bien las organizaciones públicas se libran de ello, se debe ligar a la empresa privada con el interés personal y egoísmo; en otras palabras, con la *moral de los nobles* que conllevan a la auto superación y a la voluntad de poder, y no cabe, bajo ningún panorama, la *moral de los esclavos*, pues esta predica desinterés, humildad y conformismo. Sin embargo, como se explicó anteriormente, los principios de la empresa se encuentran en la *moral de los esclavos* y se olvida a la de *los nobles*; pero debería ser al revés. Aunque si bien se entiende que el contexto es diferente, la voluntad que mueve a

los *nobles*⁶¹ de todas las épocas es la misma, y las herramientas, diferentes. Ya no se puede pensar en el hombre conflictivo y guerrero como *noble*, y así mismo su *moral*, sino que se debe reinterpretar todo eso y comenzar a *revalorar* la moral de la empresa.

⁶¹ Actualmente, no se puede hablar de *nobles*. En este caso, *noble* son aquellos hombres que se encuentran en lo alto, que han triunfado. En interpretaciones más específicas, podría referirse al empresario.

Referencias

- ABRAVANEL, H. (1992). *Cultura organizacional: aspectos teóricos, prácticos y metodológicos*. Bogotá, Colombia: Legis Editores S. A.
- ALSINA, J. (1991). *Teoría de la literatura griega*. Madrid, España: Gredos.
- ARISTÓTELES. (2001). *Ética a Nicómaco*. Madrid, España: Alianza editorial.
- CARVAJAL, G. (2009). *La racionalidad práctica kantiana y su contribución a la ética empresarial*. Manizales, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- DURANT, W. (1972). *Caesar and Christ*. New York, Estados Unidos: Simon and Schuster
- GARLAN, Y. (2003). *La guerra en la antigüedad*. Bogotá, Colombia: Aldebarán ediciones.
- HAUSER, M. & Singer, P. (2005). *Morality without religion*.
- NIETZSCHE, F. (1988). *La genealogía de la moral*. Madrid: Alianza editorial.
- REYES, A. (2004). *Administración de empresas: Teoría y práctica*.
- SANDOVAL, R. (2010). *Utilitarismo clásico en la teoría política contemporánea*. Barranquilla, Colombia: Universidad del Norte.
- SMITH, W. (1867). *A Dictionary of Greek and Roman: biography and mythology*. Boston: Little, Brown & Co.
- SPENCER, H. (2000). *The study of sociology*. New York, Estados Unidos: Mc Graw Hills.
- VILLA, L. (Comp.). (2011). *Capitalismo y empresa: reflexiones desde la ética y la RSE*. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- ZAVADIVKER, N. (2011). *La ética y los límites de la argumentación moral: el desafío del emotivismo*. San Miguel de Tucumán: Universidad Nacional de la Tucumán.
- ZAVADIVKER, N. (2000). *El subjetivismo axiológico de David Hume*. En revista Humanitas No. 33. Tucumán: Facultad de filosofía y letras de la Universidad de Tucumán.