

EL 'EVANGELIO DE LA AVARICIA': PEIRCE Y LA DIRECCION DE EMPRESAS

JOAN FONTRODONA

Peirce predicted that the latter half of the twentieth century would see the failure of the economic order. Was Peirce right? The first part of the article is devoted to Peirce's comments on nineteenth century economic thought. The second part presents some of the concepts that nowadays are more in fashion in the business world. The conclusion is reached that management at present is nearer to Peirce's ideas than to the ideas he was opposing.

La relación de Charles S. Peirce con el mundo de la economía y de la empresa nunca fue excesivamente buena. Junto a las dificultades económicas por las que pasó a lo largo de su vida, y a los frustrados intentos por encontrar medios para financiar sus investigaciones, Peirce vio siempre difícil poder conciliar su ideal científico con los principios de la economía vigente en su tiempo.

Peirce sostenía que alguien que se dedique a investigar por otros motivos que no sea el puro afán de saber —ya sea para ganar dinero, para mejorar su vida o para ayudar a sus coetáneos— no podía llamarse científico (CP 1.43). La razón de esta drástica separación hay que buscarla en el método que se utiliza, pero también en las características personales que definen al hombre científico.

En 1898 Peirce pronunció una serie de conferencias en Harvard, donde había cursado sus estudios e iniciado su carrera docente. En una de esas conferencias, recopilada bajo el título 'Detached Ideas on Vitally important Topics' (CP 1.616-648), Peirce asegura que, si por 'cuestiones de vital importancia' debemos entender asuntos de decisiones diarias (por ejemplo, cómo tener éxito en los negocios), es mejor para tales cuestiones no utilizar la lógica o la filosofía. Así como no se le exige al carpintero que antes de hacer un mueble levante un alzado de la estructura, ni al jugador de billar que haga un cálculo de las fuerzas mecánicas que intervendrán en el tiro, así también en la vida ordinaria es mejor seguir el sentido común y la sabiduría acumu-

lada por el paso de los años (CP 1.623-625, 2.3-4)¹. No se oculta en este texto un cierto tono irónico, puesto que para Peirce estos asuntos no son tan 'vitalmente importantes' como dice: para Peirce lo más importante, porque es lo específicamente humano, es la búsqueda de la verdad².

Pero, más que respecto al método de investigación, la diferencia se refleja en el temperamento que caracteriza al hombre de acción y al científico. Peirce distinguía tres clases de hombres: el artista, el práctico y el científico. Cada uno de ellos concibe el mundo de forma distinta, y se mueve también por pasiones distintas. El artista contempla la naturaleza como un dibujo; se fija en los sentimientos; su pasión es enseñar. La segunda clase de hombre se preocupa por los negocios del mundo; ve la naturaleza como una oportunidad, y busca ejercer el poder sobre ella; su pasión es ampliar su ámbito de influencia. Por último, el científico basa el poder en la razón; contempla la naturaleza como un cosmos; su pasión es aprender (CP 1.43, 5.125). El hombre de acción necesita afirmar con contundencia aquello que cree que es bueno, así como la corrección de sus planes de acción. En cambio, el científico, deseoso de aprender la verdad, mantiene siempre una actitud abierta respecto a sus creencias provisionales. Esta es la razón por la que un buen hombre práctico no puede hacer un buen trabajo científico. El temperamento requerido para estos dos tipos de trabajo es muy distinto (CP 6.3).

No pretende Peirce oponer la teoría a la práctica. Es más, en su opinión es esta falsa oposición entre personas prácticas (experimentadas en negocios pero ignorantes de la ciencia) y personas teóricas (un grupo de pedantes que nunca consiguen acabar nada de lo que hacen, y que ni siquiera avanzan en la ciencia que profesan) ha llevado a las universidades norteamericanas a una situación de escaso desarrollo científico (W 4:152ss). La teoría, por el contrario, debe ser confirmada en la práctica, si bien esa confirmación debe regirse por los parámetros del saber científico: con paciencia, sin precipitaciones, sin que una sombra de duda teórica tire por la ventana años de experiencia acumu-

¹ C. Hookway, "Belief, Confidence and the Method of Science", *Transactions of the Charles S. Peirce Society*, 1993 (29, 1), 1-32.

² V.G. Potter, *Charles S. Peirce on Norms and Ideals*, University of Massachusetts Press, Worcester, 1967, 124, n.10

lada... La búsqueda de la verdad debe regirse por los cánones de la recta razón y con espíritu de humildad³.

Para Peirce, los hombres de negocios están lejos de regirse por esa actitud científica. Ocupados en los 'asuntos vitalmente importantes' carecen de los principios necesarios para dedicarse a los 'realmente importantes'. Es fácil imaginarse, en este contexto, a Peirce, sentado a la orilla del Charles River viendo pasar las limusinas de los hombres de negocios bostonianos, exclamar:

"Ahora díganme. Las matemáticas, ¿son una ocupación para caballeros o para deportistas? Un trabajo tan pesado como éste, ¿no es apto sólo para las clases bajas? Uno puede sentirse apenado por las masas concentradas en Nueva York, viviendo bajo unas condiciones tan inhumanas que se ven forzadas a pensar matemáticamente. Sin embargo, esto no les ocurriría si tuviesen la suave crianza de la ilustrada Harvard, esa lujosa institución que Massachusetts ha creado con el fin de ayudar a la élite de su juventud a conseguir confortables ingresos y una vida relajada" (CP 1.650).

Los últimos años del siglo XIX son testigos de la expansión de la actividad industrial por todo Estados Unidos, de la aparición de las grandes industrias y de las grandes agrupaciones obreras. Pero, al mismo tiempo, surgen los cierres de fábricas, el desempleo, las huelgas,... Ante todo ello, muchos intelectuales norteamericanos muestran sus críticas hacia el capitalismo⁴. Peirce publica en 1893 un artículo en *The Monist* titulado 'Evolutionary Love' en el que expresa su punto de vista respecto a la economía:

"La gran atención que se ha prestado a los asuntos económicos durante este siglo ha ocasionado una exageración de los efectos benéficos de la avaricia y de los resultados desafortunados del sentimiento, hasta resultar en una filosofía que sin proponérselo acaba por afirmar que la avaricia es el gran agente en la

³ V. Potter, 125. Ver CP 2.655.

⁴ Para un estudio de estas críticas, T.L. Haskell (ed), *The Authority of Experts. Studies in History and Theory*, Indiana University Press, Bloomington, 1984.

exaltación de la raza humana y en la evolución del universo” (CP 6.290).

Para Peirce la política económica⁵ ha encontrado un campo de cultivo adecuado ante el rechazo de aquella visión sentimental que acabó en el reino del Terror de la Revolución Francesa. Sin embargo, Peirce rechaza tanto esa posición deformada del sentimentalismo como la alternativa propuesta por la ciencia económica.

Peirce dedica palabras de elogio al utilitarismo y a las ideas de Bentham (CP 5.158, 8.141). Sin embargo, su objeción viene por la falta de concreción del principio utilitarista: si no se concreta, no es más que un buen deseo, pero no da una respuesta real a qué es la felicidad (CP 5.158), como, en cambio, si lo hace la ‘Regla de Oro’, que Peirce formula de la siguiente manera: “Sacrifica tu propia perfección en bien del perfeccionamiento de tu prójimo” (CP 6.288). Ahora bien, si se concreta, cabe el peligro que se haga en aspectos que no responden al verdadero motivo por el que el hombre actúa, como, por ejemplo, cuando se concreta en la búsqueda del placer.

Tampoco para la economía el principio utilitarista del ‘máximo placer para el máximo número de individuos’ es suficientemente concreto para ser efectivo. La economía, dice Peirce, ha encontrado un principio más concreto y restrictivo, a saber, la búsqueda de las riquezas (CP 6.291), pero, ni el placer ni las riquezas pueden actuar como fin último del hombre. En ninguno de los dos casos se alcanza el nivel de racionalidad propio de toda actitud científica (CP 6.292).

Peirce apuesta por un verdadero sentimentalismo, que no es la incapacidad de pensar con lógica, sino aquella doctrina que siente un gran respeto por los juicios naturales del corazón sensible. El nivel de la racionalidad, para Peirce, es el plano del sentido común, de la conducta instintiva garantizada por una connaturalidad entre la inteligencia y la realidad. De este modo, la racionalidad peirceana está más cerca de la racionalidad práctica aristo-

⁵ Peirce toma como punto de referencia el libro de S. Newcomb, *Principles of Political Economy*. Los principales textos de esta crítica se encuentran en CP 6.290-294.

télica que de la racionalidad instrumental de la filosofía moderna.

Tal era la animadversión de Peirce hacia la economía del siglo XIX, que llegó a pronosticar la desaparición del sistema social construido sobre esa concepción económica:

“Dentro de poco –aunque demasiado tarde– un relámpago y un agudo trueno sacudirán a los economistas de su autocomplacencia. La última mitad del siglo XX verá, sin lugar a dudas, cómo se cierne un diluvio sobre el orden social para poner en orden un mundo al que la filosofía de la avaricia ha sumido en una completa ruina” (CP 6.291).

¿Acertó Peirce en su predicción? A primera vista podría parecer que no, si se tiene en cuenta que la economía es hoy una ciencia en auge y la empresa es una institución central de la sociedad. Pero a favor de Peirce hay que decir que si la economía es hoy más boyante que a principios de siglo, si la empresa ha alcanzado tal relevancia social es, en buena medida, porque ha sabido escapar de los principios que la gobernaban entonces. En otras palabras, si hubiese continuado tal como era en la época de Peirce, probablemente hoy no existiría⁶. Al hacer un breve esbozo de algunos de los conceptos que hoy en día están más en boga en la actividad económica y empresarial podemos advertir con facilidad que el modelo capitalista está muy lejos de aquellos supuestos que merecieron la crítica de Peirce.

1. Ética y creatividad en la actividad económica.

Peirce señala certeramente cómo los economistas eran ya conscientes de las limitaciones de su modelo y tenían que reconocer que la sociedad no puede existir solamente sobre la base de una avaricia inteligente. Caían, entonces, en posturas inconsisten-

⁶ Otros pensadores hicieron predicciones parecidas, por ejemplo, J. Schumpeter, *Capitalisme, Socialisme et Démocratie*, Payot, París, 1972, 400-414.

tes al hacer ciertas concesiones a la virtud⁷. La ética, para ellos, era algo extrínseco a la actividad económica; necesaria sólo en la medida en que el funcionamiento del mercado no podía ser perfecto.

No tardó la economía en darse cuenta de la dificultad de someter toda la realidad al dictado de la ley de la oferta y la demanda. Hay aspectos de la realidad que escapan al cálculo monetario. La economía llama a estos aspectos, 'externalidades', y son aspectos relevantes en la actividad económica. Los 'costes de transacción' en las relaciones económicas fueron en buena medida el detonante de la aparición de la teoría de la organización como ciencia, al demostrarse que las organizaciones podían ser más eficientes que el mercado, en determinadas circunstancias, reduciendo esos costes⁸.

Peirce sabe bien que la relación de la ética con la economía no es extrínseca. Para Peirce la economía es una ciencia práctica, y, como tal, recibe los principios de actuación de las ciencias normativas: lógica, ética y estética. Peirce sostiene que la ética es la parte de la filosofía que más relación tiene con las ciencias prácticas, y que su ausencia es perjudicial para ellas:

“La ética está cortesmente invitada a hacer sugerencias, de vez en cuando, a la ley, a la jurisprudencia y a la sociología. Su intencionada exclusión de la diplomacia y la economía es una inmensa locura. No se puede decir que esta locura sea algo fuera de lo ordinario o excepcional, porque no es más que la ceguera de aquellos que creen firmemente que las mentiras son de las cosas más saludables que hay en el mundo” (CP 1.251).

⁷ CP 1.75: “The old-fashioned political economist adored, as alone capable of redeeming the human race, the glorious principle of individual greed, although, as this principle requires for its action hypocrisy and fraud, he generally threw in some dash of inconsistent concessions to virtue, as a sop to the vulgar Cerberus”.

⁸ El artículo de R. Coase, “The Nature of the Firm”, *Economica*, 1937 (4), 386-405, es considerado como el origen de estos estudios. Para una visión de conjunto puede valer el libro de O.E. Williamson (ed.), *Organization Theory. From Chester Barnard to the present and beyond*, Oxford University Press, New York, 1990.

La ética no es extrínseca a la actividad económica, sino que –utilizando las categorías peirceanas– dada la relación dinámica entre las distintas ciencias, la ética –como ciencia normativa– proporciona a la economía –como ciencia práctica– los principios de actuación. La ética es anterior⁹: actúa como fundamento de la lógica de la actividad económica. En este sentido, la actividad económica, más que entenderla como un juego, con una serie de reglas, cabe entenderla como una práctica, en la que las expectativas y los acuerdos mutuos se establecen antes de cualquier regla. La ética, a su vez, está modelada por la ‘phronesis’: implica sensibilidad, imaginación, ... no sólo obedecer reglas¹⁰.

Uno de los conceptos de los que más se habla hoy en el mundo empresarial es el de ‘reingeniería’¹¹. Con este concepto se describe todo el proceso de rediseño de las actividades fundamentales del negocio para mejorar la calidad de los productos y servicios ofrecidos por la empresa. Sin embargo, el rediseño de las estructuras de la empresa no garantiza por sí mismo nada, ni sustituye a la estrategia competitiva de la empresa –a la definición de qué quiere hacer y no sólo de cómo quiere hacerlo mejor– ni, como consecuencia, a la capacidad de crear e imaginar el futuro¹².

Acabo de citar otro término habitual en los libros de dirección de empresas: ‘estrategia’. El último libro de Henry Mintzberg¹³ cuestiona precisamente este concepto, señalando como la planificación estratégica debe ser entendida siempre como un momento posterior a la creación y a la espontaneidad del directivo.

⁹ CP 2.082: “There is another normative science which has a vital connection with logic, which has been strangely overlooked by almost all logicians. I mean Ethics. [...] in order to reason well, except in a mere mathematical way, it is absolutely necessary to possess, not merely such virtues as intellectual honesty and sincerity and a real love of truth, but the higher moral conceptions”.

¹⁰ R.C. Solomon, *Ethics and Excellence. Cooperation and integrity in Business*, Oxford University Press, New York, 1992, 62-63.

¹¹ M. Hammer / J. Champy, *Reengineering the Corporation*, Harper Business, New York, 1993.

¹² G. Hamel, “Forward Thinking”, *Executive Excellence*, 11(94)11, 5-6.

¹³ H. Mintzberg, *The Rise and Fall of Strategic Planning*, Prentice-Hall, New York, 1994.

Peirce rechaza la existencia de un conjunto de leyes fijas y determinadas que cubran todos los detalles de las cosas y de los sucesos presentes y futuros¹⁴. Sostiene más bien la hipótesis de una espontaneidad como ingrediente real del mundo, sin abocarse tampoco en un puro azar. Ante este mundo abierto, el hombre está en una continua investigación que no debe ser cerrada nunca. Al analizar el método de investigación propio para hacer frente a esta cosmología, Peirce añade la abducción a los métodos conocidos de la inducción y la deducción. La abducción es el momento creativo de la investigación¹⁵, el momento de la generación y elección de hipótesis explicativas de sucesos empíricos.

El concepto de 'creatividad' es hoy una de las claves interpretativas del quehacer económico y empresarial. Este concepto permite superar la disyuntiva entre planteamientos mecanicistas y modelos organicistas, una vez se ha puesto en evidencia que ambas visiones son inadecuadas para hacer comprensible la actividad económica¹⁶. El verdadero arranque de la actividad empresarial no viene tanto de un adecuado análisis de los efectos cuanto de la capacidad por adelantarse a los acontecimientos, sabiendo descubrir en la realidad oportunidades: sabiendo ver oportunidades de negocio donde otros no las ven; sabiendo descubrir en la gente capacidades de acción que los propios interesados ignoran... La acción directiva es acción creativa. Este crecimiento original tiene algo del proceso abductivo que caracteriza al método peirceano de investigación.

2. Avaricia y benevolencia. El ideal de la acción humana y los modelos de empresa.

En el fondo de la crítica de Peirce a la economía está la crítica al darwinismo social. Peirce tiene una intensa –casi visceral–

¹⁴ C.R. Hausman, *Charles S. Peirce's Evolutionary Philosophy*, Cambridge University Press, Cambridge, Mass., 1993, 16.

¹⁵ E.T. Oakes, "Discovering the American Aristotle", *First Things*, december 1993, 31.

¹⁶ P. Koslowski, "Mechanistische und organistische Analogien in der Wirtschaftswissenschaft - eine verfehlt Alternative", *Kiklos*, 36(83)2, 308-312.

aversión a la aplicación de las ideas de Darwin a la política económica. La lucha por la existencia, por la que los débiles sucumben ante los más fuertes, no puede aplicarse en el plano social.

La cruel avaricia del animal halla, en su posición de más fuerza, un poder para conseguir el bien. Pero esto, en el plano social, lleva a un individualismo por el que cada uno se preocupa por sus propios intereses. Para Peirce, el individuo, separado de sus congéneres, sólo puede acabar en la incompetencia y el error. La ciencia moderna es, esencialmente, cooperativa¹⁷. El progreso científico, en cuanto busca el saber, o –más modestamente– la resolución de problemas, encuentra en la ‘comunidad de investigadores’ el punto de referencia para su investigación.

La ética está hoy de moda en la empresa, y aunque las posiciones teóricas de las que se arranque pueden ser muy variadas, sí hay un cierto consenso sobre la insuficiencia de los planteamientos basados en el propio interés. Refiriéndose a la responsabilidad social de la empresa se ha pasado de hablar de los *stockholders* (accionistas) a hablar de los *stakeholders* (partícipes) ampliando los colectivos que tienen relación con la empresa a otros agentes distintos de los accionistas: empleados, clientes, proveedores, y aun, competidores o entidades gubernamentales.

Hoy se prefiere hablar de cooperación en lugar de competencia. La competencia, aunque sea esencial a la actividad económica, no es el fin de la misma, ni es el mecanismo que le lleva al éxito. La auténtica competencia no tiene sentido en un modelo darwiniano de ‘lucha por la existencia’, sino en un sistema que premia el mutuo interés y la cooperación, la innovación y el esfuerzo¹⁸.

Si la actividad económica, decíamos, es práctica, podemos añadir ahora que es una práctica que tiene una dimensión social. También aquí resuenan las ideas de Peirce sobre la comunidad de científicos, donde la búsqueda de la verdad se guía por una confrontación abierta –aunque vacía de otros intereses que no sean la propia verdad– y por una percepción desinteresada de la reali-

¹⁷ W.C. Stewart, “Social and Economic Aspects of Peirce’s Conception of Science”, en *Transactions of the Charles S. Peirce Society*, 1991 (27), 4.

¹⁸ R. Solomon, 70 ss. D. Melé, *Ética, mercado y negocios*, Eunsa, Pamplona, 1994.

dad. Puede señalarse, para ver la actualidad de las ideas de Peirce, que Michael Novak, comentando la encíclica *Centesimus Annus*, ha señalado los conceptos de 'creatividad' y 'comunidad' como los dos conceptos éticos que enmarcan la actividad empresarial¹⁹.

En este punto es donde se halla el núcleo de la crítica de Peirce a la economía. La ética, como ciencia que establece las condiciones de la acción deliberada, no puede fundarse en una actitud individualista sino comunitaria. Es la elección entre el Evangelio de Cristo y el Evangelio de la Avaricia:

“El evangelio de Cristo dice que el progreso viene de cada individuo mezclando su individualidad en armonía con sus vecinos. Por otro lado, la convicción del siglo XIX es que el progreso se alcanza en virtud de la preocupación de cada individuo por sí mismo con todas sus fuerzas y pisoteando a su vecino siempre que tenga la ocasión de hacerlo. Esto puede con exactitud ser llamado el Evangelio de la Avaricia” (CP 6.294).

Para la economía del siglo XIX, según Peirce, no sólo queda legitimado el amor a sí mismo, sino que éste es más beneficioso que el amor a los otros. La avaricia es el ideal al servicio del cual el hombre debe orientar todas sus acciones:

“La política económica tiene también su fórmula de redención. Es ésta: la inteligencia al servicio de la avaricia asegura los precios más justos, los contratos más equitativos, la más ilustrada conducta en todas las relaciones entre los hombres, y conduce al 'summum bonum', comida en abundancia y confort perfecto” (CP 6.290).

Peirce pone como ejemplo paradigmático del ideal del Evangelio de la Avaricia las ideas de Mandeville cuando sostiene que los vicios privados son beneficios públicos, que ninguna civilización hubiese existido sin estos vicios, y que cualquier acto de caridad o benevolencia, sea público o privado, supone un se-

¹⁹ M. Novak, “Two Moral Issues in Business”, *Economic Affairs*, sept-oct 1993, 6-14; “The Creative Person”, *Journal of Business Ethics*, 12(93)12, 975-979.

rio daño a la raza humana. Se pregunta Peirce si un avaro es un poder tan beneficioso para la comunidad a la que pertenece. Y, colocándose en la mentalidad de esa economía que critica, pone como ejemplo a quienes trabajan en Wall Street, de quienes, dice, es como si dijéramos que son unos angelitos, porque cogen el dinero de personas despreocupadas –y no precisamente para administrárselo–, o porque se mofan de incautos científicos con falsas promesas económicas, o porque utilizan miles de artimañas para poner dinero al servicio de algún avaro inteligente, a saber, de ellos mismos (CP 6.292).

La crítica de Peirce a la filosofía de la avaricia no es sólo –como ha señalado Haskell²⁰– una cuestión epistemológica. Es, ante todo, una cuestión moral, en la que Peirce se pregunta por el fin último del hombre, por el ideal hacia el que tiende su acción. Esta pregunta corresponde a la tercera de las ciencias normativas, a la que Peirce da el nombre de estética. La estética no es, pues, una sensibilidad artística o una apreciación estética. Como ciencia normativa, se refiere a la determinación de lo que es excelente, del 'summum bonum', del ideal al que tiende la acción humana deliberada, y del que dependen la ética y la lógica²¹.

Peirce no coloca el 'summum bonum' en la acción humana, sino en el crecimiento de la racionalidad²², que, en el contexto del pensamiento peirceano, puede entenderse –utilizando términos más clásicos– como el desarrollo o plenitud humana.

Para concretar este ideal hay que tener en cuenta dos consideraciones. Por una parte, siendo la pregunta por el fin una pregunta por el bien, hay que preguntarse por el bien que colma al hombre. Peirce niega que la riqueza material pueda ser el ideal del amor por excelencia que es un amor siempre en continuo crecimiento; tampoco puede ser el placer, como hemos visto an-

²⁰ T.L. Haskell, 204-205.

²¹ D.R. Anderson, *Creativity and the Philosophy of C.S. Peirce*, Martinus Nijhoff, The Hague, 1987, 57. CP 1.191.

²² CP 5.433: "Accordingly, the pragmatist does not make the summum bonum to consist in action, but makes it to consist in that process of evolution whereby the existent comes more and more to embody those generals which were just now said to be destined, which is what we strive to express in calling them reasonable. In its higher stages, evolution takes place more and more largely through self-control, and this gives the pragmatist a sort of justification for making the rational purport to be general".

tes. El ideal de la estética peirceana debe abrirse en armonía a los demás y escapar de todo aquello que tenga relación con el propio interés individual:

“Todo el mundo puede apreciar que las palabras de San Juan son la fórmula de una filosofía evolucionaria, que enseña que el crecimiento viene sólo del amor, que no quiere decir auto-sacrificio, sino ardiente impulso de colmar los más altos impulsos de los demás” (CP 6.289).

El crecimiento continuo en la racionalidad del individuo no es independiente del crecimiento de los demás. El principio de continuidad, que, en el plano cosmológico, apela a un mundo abierto, que va siempre creciendo en regularidad y complejidad, remite, en el plano moral, a una continua referencia al bien de los otros: “el prójimo es, de algún modo, uno mismo” (CP 7.571). El individuo, libre de sus propios intereses, descubre en el amor a los demás un destello de divinidad (CP 8.47). Religión y ciencia se encuentran²³.

La pregunta por el fin último también debe hacerse entre quienes estudian la naturaleza y finalidad de la empresa. Las últimas formulaciones de la teoría de la motivación han visto la necesidad de incluir la motivación de los demás como uno más de los criterios de decisión²⁴. Aunque esto supone un avance respecto a las teorías de la motivación que se han formulado a lo largo de este siglo –en cuanto presenta una imagen más completa del hombre– la teoría de la motivación debe completarse con un análisis de los bienes del hombre. Como señala con acierto Peirce (CP 1.574), es distinto preguntarse por los motivos por los que se realiza una acción que preguntarse por el ideal de conducta que tiene el individuo. Esta última es la pregunta que se hace la estética, cuya respuesta incide sobre las demás ciencias.

²³ CP 7.578: “I have said enough, I think, to show that, though synechism is not religion, but, on the contrary, is a purely scientific philosophy, yet should it become generally accepted, as I confidently anticipate, it may play a part in the ornament of religion and Science”.

²⁴ J.A. Pérez López, *Fundamentos de la dirección de empresas*, Rialp, Madrid, 1993; *Teoría de la acción humana en las organizaciones: la acción personal*, Rialp, Madrid, 1991.

Hay bienes que son, por naturaleza, susceptibles de ser compartidos sin agotarse por ello, mientras que otros son excluyentes, en la medida en que, cuando alguien los posee, nadie más puede poseerlos, al menos en esa parte²⁵. Pues bien, no es indiferente para la empresa que sean unos u otros los que se busquen como bienes últimos. La avaricia crea unos comportamientos concretos, y la benevolencia crea otros muy distintos. El modelo de empresa que tengamos dependerá de la imagen de hombre en que nos basemos. No es indiferente entender al hombre como una criatura que debe satisfacer sus instintos, o como un ser racional, o –siguiendo con el razonamiento– como un ser creado, e incluso como un ser creado a imagen y semejanza de Dios. Para entender la economía y la empresa es preciso remontarse hasta la teología, porque sólo ella nos da una imagen completa del hombre²⁶. Es ilustrativo a este respecto un libro recientemente publicado²⁷ en el que, para explicar problemas tan actuales como la corrupción, la inflación y el paro, el autor concluye apelando a la necesidad de remontarse hasta la teología para descubrir la verdadera imagen del hombre. Otro ejemplo significativo es el último curso que Juan Antonio Pérez López impartió en el Master en Economía y Dirección de Empresas del IESE, al que tituló “Teología... ¿para qué?”, y que respondía a su convencimiento de que una sólida formación teológica podía ayudar al directivo de empresa –como condición necesaria pero no suficiente– a tomar mejores decisiones.

3. Conclusión.

La teoría de la economía y dirección de empresas está a la búsqueda y definición de un nuevo paradigma, que incluya aspectos y variables que hasta el momento habían pasado desapercibidos. En la búsqueda de este nuevo modelo conceptual las ideas de

²⁵ C. Llano, *El empresario y su acción*, McGraw-Hill, México, 1991.

²⁶ D. Melé, “Human development and the images of the organisation”, G. Enderle et al. (ed.), *People in corporations. Ethical responsibilities and corporate effectiveness*, Kluwer, Dordrecht, 1990.

²⁷ J.R. Pin, *Las debilidades de la economía española. Corrupción, inflación y paro*, Ediciones Internacionales Universitarias, Barcelona, 1995, 163-166.

Peirce pueden servirnos de ayuda. Si bien él es considerado como el iniciador de la corriente del pragmatismo –término que hoy en día tiene unas connotaciones muy peyorativas–, también es cierto que no dudó en cambiar el nombre de su teoría para desmarcarse de los derroteros por los que se habían adentrado sus seguidores. Quizás el camino que siguió Peirce sea el que deba seguir la teoría económica. Sea como sea, lo que sí parece que puede afirmarse –a la vista de las ideas actuales de dirección de empresas– es que la teoría económica y empresarial se asemeja hoy más al Evangelio de Cristo que al Evangelio de la Avaricia.

Juan Fontrodona Felip
IESE, Universidad de Navarra
Av. Pearson, 21
08034 Barcelona España
e-mail: fontrodona@iese.es

