

Ideología valenciana. Una crítica de la ética en los negocios a partir del pensamiento de Karl Marx

Valencian ideology. A critique of business ethics from the thought of Karl Marx

Fernando Gil Sánchez*

Resumen

El objetivo principal de nuestro artículo es criticar las condiciones de posibilidad de la ética empresarial propuesta por la “Escuela de Valencia” a través del aparato conceptual y el método crítico utilizado por Karl Marx en su proyecto de crítica de la economía política. En primer lugar, explicitaremos en qué consiste el método crítico marxiano. En segundo lugar, expondremos las líneas fundamentales de la propuesta teórico-práctica de la ética empresarial; para, en tercer lugar, aportar argumentos lógicos de su incompatibilidad inherente con las relaciones de producción e intercambio capitalistas. Concluiremos que sus deficiencias consustanciales suponen un obstáculo insalvable para su aplicación.

Palabras clave: Marx, crítica de la economía política, ética empresarial.

Abstract

The main objective of our article is to criticize the conditions of possibility of business ethics proposed by the “School of Valencia” through the conceptual apparatus and the critical method used by Karl Marx in his project of “critique of political economy”. In the first place, we will explain what the Marxian critical method consists of. Secondly, we will expose the fundamental lines of the theoretical-practical proposal of business ethics; to, third, provide logical arguments for its inherent incompatibility with the relations of capitalist production and exchange. We will conclude that its inherent deficiencies represent an insurmountable obstacle to its application.

Key words: Marx, critique of political economy, business ethic.

* Estudiante del Programa de Doctorado en Pensamiento Filosófico Contemporáneo de la Universidad de Valencia.

1. Introducción: Marx, ¡yo te invoco!

Marx estaba convencido de que los enemigos más peligrosos de la clase trabajadora son los invisibles, no lo que atacan desde fuera, sino de dentro, los que no desean su desdicha con intencionalidad sino su bien ficticio. Esos enemigos eran, y siguen siendo, las ideas erróneas que se instalan con facilidad en la conciencia de quienes, impotentes y desesperados, son explotados física y psicológicamente en el capitalismo. A su vez, siempre consideró que el progreso de todo conocimiento radica en un enfrentamiento de las tesis y de las teorías, más que en una acumulación gradual y consensuada de saberes¹.

Por estos motivos, desde que comenzó su actividad filosófica en la década de 1840, nunca rehuyó al enfrentamiento intelectual ni tuvo miramientos a la hora de rivalizar con sus contemporáneos; jamás permitió la proliferación de ideas que encadenaran la conciencia de los trabajadores a la conciencia de la clase dominante. A lo largo de su vida mantuvo serios debates contra revolucionarios impacientes que, cual hegelianos de izquierdas, querían hacer caminar al mundo con el espíritu. No es extraño que dedicara gran parte de sus esfuerzos a instruir al proletariado en las leyes que rigen el modo de producción capitalista, hacerlo más consciente de su situación de clase. Por este motivo, podría aceptarse que su mejor aporte a la emancipación humana sea el “socialismo científico” y su comprensión de la filosofía, y su comprensión de que la filosofía es parte del mundo que hay que transformar.

Desde el inicio de su trayectoria intelectual la crítica² ha sido una constante en su obra, cumpliendo “una función teórica central” (Renault, 2017, p. 28). De este modo, la crítica que Marx realizó a la actividad filosófica de su tiempo, fuertemente dominada por el influjo del idealismo hegeliano, en su primera etapa de formación intelectual, desembocó en la rotunda afirmación de que la filosofía debe reconocer su contacto y comprometerse activamente con la realidad material de los seres humanos. Fue esta forma de entender la función práctica, social y transformadora de la filosofía la que le exhortó a investigar la estructura, las leyes y el movimiento de la sociedad moderna capitalista. Investigación que serviría como fundamento teórico para la planificación y ejecución efectiva de un proyecto de transformación emancipador. Es aquí donde se ubica la conexión

¹ Karl Marx polemizó con intelectuales (muchos de ellos socialistas) que le fueron coetáneos. Ejemplos de ello son el enfrentamiento con Wilhelm Weitling en el seno de la *Liga de los Justos* (posterior *Liga de los Comunistas*), *La ideología alemana* (1845), *La sagrada familia* (1845), *La miseria de la filosofía* (1847), el tercer capítulo del *Manifiesto Comunista* titulado “Literatura socialista y comunista” (1848), *Herr Vogt* (1860) o *Notas sobre Wagner* (1880). A su vez, también construyó su pensamiento sobre la asimilación crítica del pensamiento de otros pensadores como Hegel, Feuerbach o David Ricardo.

² El concepto de crítica marxiano juega un papel esencial en la dimensión epistemológica de la obra de Marx. No obstante, existen otra serie de conceptos o elementos teóricos que podrían ser considerados centrales de su filosofía: concepción materialista de la historia, praxis, dialéctica, lucha de clases, etc.

entre pensamiento y acción, entre actividad cognoscitiva y acción práctica en el pensamiento de Marx.

Marx entendía que la filosofía, en primer lugar, lejos de quedarse únicamente en la dimensión conceptual o teórica, debía alcanzar en su análisis el plano social, político y económico de los fenómenos u objetos que trataba de estudiar. Ya en su primera etapa periodística en la *Gaceta renana* Marx dejaba entrever sus tempranas pretensiones de reformar la filosofía al poner el foco en la realidad concreta y material de los seres humanos (Marx, 1983, p. 115). Para él, los filósofos debían dejar la especulación teórica interna para empezar a entablar contacto y comprometerse con los problemas del mundo real.

En segundo lugar, si en algo consistía el proyecto epistemológico marxiano era en “atacar el problema por la raíz” (Marx, 1978 a, p. 217), exponer “la génesis interna del objeto”, comprender su carácter necesario: “La comprensión no consiste [...] en ir reconociendo constantemente las concreciones del concepto lógico, sino en comprender la lógica característica de cada objeto característico” y explicar “su significado” (Marx, 1978 b, p. 114). Así pues, el objetivo de Marx no era predecir la naturaleza de la sociedad futura sino aquello que el análisis crítico revela cómo racional y necesario. En consecuencia, la filosofía debía convertirse en la más acérrima opositora del dogmatismo y no tener ninguna consideración a la hora de realizar cualquier análisis, tratando de encontrar en la realidad su propia racionalidad (Marx, 1978 c, p. 175).

En tercer lugar, la crítica, en tanto que análisis racional de las condiciones de posibilidad de un discurso cognitivo, no podía quedarse, y mucho menos conformarse, con seguir siendo también un mero discurso, sino que debía ser el resorte teórico que hiciera concebible una nueva organización social. Así pues, Marx destinó gran parte de su trayectoria filosófica a criticar la comprensión espontánea que los seres humanos tienen de la realidad a través de las diferentes manifestaciones, es decir, a criticar la comprensión del modo de producción capitalista del pensamiento de su época.

Con ello pretendía reivindicar el carácter histórico y concreto del capitalismo frente a una economía política que dotaba a las categorías de un estatuto abstracto e independiente de la realidad empírica, de las relaciones sociales imperantes y de las condiciones materiales humanas. Esta concepción fija, abstracta y atemporal de las categorías económicas deriva inevitablemente en la naturalización de las relaciones sociales capitalistas (Marx, 1987, p. 77) que, de este modo, quedan independizadas del movimiento histórico real, cuya aprehensión queda obstaculizada. En otras palabras, invisibiliza que la actividad material e histórica de los seres humanos es lo que determina las categorías económicas y no al revés. En consecuencia, la economía política se convierte en una disciplina ideológica que afirma acríticamente la estructura realmente existente de las relaciones de producción de una determinada época.

Así como no se juzga a un individuo de acuerdo a lo que éste cree ser, tampoco es posible juzgar una época [...] de revolución a partir de su propia conciencia, sino que, por el contrario, se debe explicar esta conciencia a partir de las contradicciones de la vida material, a partir del conflicto existente entre fuerzas sociales y relaciones de producción (Marx, 2008 a, p. 5).

En conclusión, Marx aspiraba a una comprensión interna y racional del objeto de estudio, en este caso, las relaciones de producción e intercambio capitalistas. Así pues, su forma de criticar a la economía política de su tiempo se caracterizaba por tener un marcado carácter inmanente. A través de la crítica de sus principios, presupuestos y condiciones de posibilidad, Marx evidenció las deficiencias, limitaciones y contradicciones en las que caía la comprensión de la economía política del sistema capitalista.

Nuestro objetivo será recuperar este espíritu de Marx para enfrentar tesis y teorías; combatir el proyecto de la ética empresarial, así como sus contraproducentes propuestas para revertir la dislocación social (Polanyi, 2013 y 2016)³ causada por el capitalismo. Trataremos de rasgar el velo ético con el que se pretende ocultar, difuminar o corregir las relaciones de producción e intercambio capitalistas a través de una crítica interna de los principios y presupuestos que la sustentan. En definitiva, realizar nuestra particular *Miseria de la filosofía* poniendo de relieve las contradicciones teóricas que conducen inexorablemente a la imposibilidad de una aplicación práctica de la propuesta de la ética empresarial.

2. La “Escuela de Valencia” y su propuesta de un “capitalismo ético-dialógico”

La crisis mundial que padecemos desde 2008 ha puesto en marcha tendencias económicas con un alto coste social para la mayoría de la población, en especial para aquellos más desfavorecidos. Basta observar algunos de los principales indicadores sociales, ya sean nacionales o internacionales, para percatarse de las consecuencias de una de las más virulentas manifestaciones de la crisis del capitalismo (Fariza, 2015). Esta situación, aunada al declive de la tasa de crecimiento económico, el aumento de la deuda global de Estados, empresas y hogares, el incremento de la desigualdad (Streeck, 2014), los recortes en partidas sociales, las privatizaciones de activos públicos y al desempleo crónico, han suscitado que gran parte de la ciudadanía responsabilice a los distintos agentes económicos de haber sido los causantes de la crisis, disminuyendo exponencialmente la buena percepción en relación a los principales agentes de la actividad

³ Concepto utilizado por K. Polanyi para expresar las perjudiciales transformaciones que la instauración del mercado autorregulado infringió a la sociedad en *La gran transformación* (1944) y en *La esencia del fascismo. Nuestra obsoleta mentalidad de mercado* (1935)

económica. Si a ello le agregamos un concienzudo análisis de la gestación y el desarrollo de la crisis (Varoufakis, 2015 y Streeck 2016), no parece descabellado concluir que la práctica empresarial dista mucho de aproximarse a ideales éticos.

No obstante, la crisis no solo ha puesto en entredicho la moralidad de las organizaciones, sino también al propio sistema económico. Los principales organismos económicos han firmado el acta de defunción de dos principios legitimadores del capitalismo: el progreso y la redistribución de la riqueza como principio rector de la economía y, el mantra de que los de “arriba” contribuyen más a la economía, la dinamizan y crean empleo. Así pues, hasta el momento, la desigualdad podía ser defendida desde una perspectiva utilitarista en el hipotético caso de que, el estrato social más pobre y el más rico estuvieran enriqueciéndose al mismo tiempo, es decir, si fuese existir una redistribución efectiva de la riqueza. Sin embargo, “la riqueza acumulada por las clases más ricas no se ha “filtrado” en absoluto hacia abajo ni nos ha hecho más ricos al resto” (Bauman, 2015, p. 15), demostrando que las organizaciones que habían contribuido de forma activa a la quiebra y ruina de la economía obtenían beneficios a costa de la difícil situación social. Se pone de manifiesto, una vez más, el carácter ideológico de la llamada *teoría del goteo*, legitimando el planteo de la pregunta que I. Wallerstein nos lanzó hace ahora cincuenta años:

¿Podemos estar seguros de que el mundo está menos oprimido en el capitalismo [...] que en sistemas anteriores? [...] No es en modo alguno obvio que haya más libertad, igualdad y fraternidad en el mundo actual que hace mil años. Se podría sugerir de forma razonable que más bien sucede todo lo contrario (Wallerstein, 1983, p. 90).

En estas circunstancias, la solución propuesta desde los organismos económicos internacionales no consiste en revertir tal situación a través de medidas opuestas a las hasta ahora practicadas, sino todo lo contrario, ahondar en el proyecto neoliberal⁴ a través de la puesta en práctica de procesos de “acumulación por desposesión”⁵ (Harvey, 2004) que desmantelen el Estado de Bienestar y re-

⁴ Este cambio de estrategia se hizo explícito, por ejemplo, en 2013 con el 83º informe anual del *Banco de Pagos Internacionales* (BPI), organización financiera propiedad de los bancos centrales cuyo objetivo es fomentar la cooperación monetaria y financiera internacional sin ningún tipo de legitimidad ni control democrático, titulado: “Mejorar la flexibilidad: la clave para el crecimiento”. Cfr. Banco de Pagos, *83º Informe Anual* Consultado el 9 de octubre de 2020 en <https://www.bis.org/publ/arpdf/ar2013_es.pdf>.

⁵ El concepto de “acumulación por desposesión” acuñado por David Harvey en *El nuevo imperalismo* (2004) representa en la actualidad una de las formas más certeras para examinar el estado actual del capitalismo global caracterizado por el modelo neoliberal. Con él se pretende explicar los nuevos modelos de comportamiento del capitalismo contemporáneo, respondiendo a la necesidad de revisar el rol permanente que las prácticas de desposesión y la expansión espacio-temporal han tenido en su capacidad adaptativa.

duzcan las interferencias democráticas en la economía (Streeck, 2011). El endeudamiento continuo y la desregularización financiera, lejos de ser soluciones a la crisis, han resultado ser medidas estériles y contraproducentes para mitigar y corregir sus causas. Por tanto, sólo ha quedado como única alternativa intentar reanimar el sistema incidiendo de nuevo en reformas económicas neoliberales. Dado que había que dedicar una proporción creciente del gasto público al pago de la deuda, las finanzas públicas fueron puestas a su servicio, proporcionando “un excelente pretexto para la privatización de los activos públicos” y abriendo “nuevos campos de la producción de plusvalía” (Batou, 2015, p. 102). Estas decisiones “han derivado en un estado de servidumbre por deudas que [...] está siendo utilizado para propiciar una gigantesca redistribución de activos desde el campo popular al dominio del capital” (Illueca, 2015, p. 59). Sin duda, la capacidad de los Estados para conciliar los derechos ciudadanos y las exigencias de la acumulación capitalista se ha visto perjudicada: “los mercados han comenzado a dictar intransigentemente lo que los Estados, supuestamente soberanos y democráticos, pueden hacer por sus ciudadanos y lo que deben negarles” (Streeck, 2011, p. 24).

Ante este “proceso continuo de declive gradual, aplazado, pero a pesar de ello aparentemente inexorable”, ante el reto de “interrumpir la concatenación de tendencias a largo plazo interrelacionadas” (Streeck, 2014, p. 41), la ética empresarial se ha constituido como una propuesta teórico-práctica que pretende hacer frente al sistema capitalista tratando de reorientar sus metas, revertir sus profundas y negativas tendencias económicas y mitigar sus nocivas consecuencias sociales.

Tras la ruptura del pacto de posguerra y el inicio del proyecto liberal en la década de 1970, muchas empresas intentaron distanciarse de los escándalos empresariales destacando su dimensión ética, dando lugar a una nueva ética aplicada: la “ética empresarial”. Fue en la década de 1990 cuando, teniendo como epicentro la Universidad de Valencia, surge un movimiento intelectual compuesto por un grupo de investigadores vinculados a la filosofía moral y política que, a través de la ética kantiana y la hermenéutica crítica, pretende aplicar una ética de corte dialógico a los distintos ámbitos de la sociedad. En este proyecto también colaboran profesores de la Universidad Jaume I de Castellón y la Universidad Politécnica de Valencia. Sin duda alguna, Adela Cortina es la principal representante de esta escuela, dónde también se inscriben profesores como Jesús Conill, Agustín Domingo Moratalla, Juan Carlos Siurana, José Félix Lozano, Domingo García-Marzá y Elsa González. El mejor ejemplo de este proyecto es la fundación ÉTNOR, fundación para la ética de los negocios y las organizaciones, en la que tratan de aplicar el contenido normativo de la ética dialógica (Habermas, 1987, 1999, 2000 y 2001) al ámbito económico y empresarial.

Este colectivo, siguiendo la tradición estructuralista⁶ (Aranguren, 1994 y Zubiri, 1986), considera que las empresas, al igual que el ser humano, poseen una dimensión moral. Son agentes morales: “las organizaciones son, pues, agentes morales, no solo las personas lo son” (Cortina, 2003, p. 18); “Resulta difícil negar que las organizaciones [...] gozan de una complejidad estructural suficiente como para ser también tratadas como agentes morales” (Cortina, 1997, p. 23). De ahí se deduce que las organizaciones pueden deliberar sobre sus acciones, hábitos y valores; y, por tanto, “habituarse a hacer buenas elecciones [...] ser bien consciente de los fines últimos que persiguen, acostumbrarse a elegir en relación con ellos y tener la habilidad suficiente como para optar por los medios más adecuados para alcanzarlos” (Cortina 1994, p. 20), siendo capaces de discernir “lo que está bien o mal [...] lo que es justo o injusto, en suma, [...] lo que es moral o inmoral” (García-Marzá, 2003, p. 196). Por tanto, la ética empresarial es “una reflexión ética sobre el sistema económico, sobre las empresas y las organizaciones y sobre las actuaciones de los individuos en sus roles profesionales y sus funciones institucionales” (Lozano, 1999, p. 45) que “consistiría [...] en el descubrimiento y la aplicación de los valores y normas compartidos por una sociedad pluralista -valores que componen una ética cívica- al ámbito peculiar de la empresa” (Cortina, 1994, p. 89). Así pues, se trata de “un saber práctico que versa sobre nuestra capacidad de responder frente a las expectativas morales depositadas en la empresa, sobre cuándo y cómo debemos utilizar los recursos morales” (García-Marzá, 2004, p. 118).

Podemos concluir que la ética empresarial no pretende únicamente estudiar o reflexionar sobre la actividad empresarial, sino que también ambiciona por principio alcanzar su aplicabilidad, transformar las prácticas económicas de estas organizaciones. Este enfoque consiste en introducir la ética en la lógica económica. Esta aplicabilidad de la ética empresarial dialógica debe efectuarse a través de un proceso hermenéutico basado en el diálogo. Proceso que cada empresa debe realizar atendiendo a su especificidad y que pretende eliminar, en la medida de lo posible, la coacción, el poder, la información privilegiada y las desigualdades participativas que imposibilitan un diálogo moral mediante principios contrafácticos. Estos principios o, en términos kantianos, ideas regulativas,

⁶ El estructuralismo ético (corriente ética que nada tiene que ver con la tradición estructuralista de las ciencias sociales) afirma que el ser humano, al contrario que los animales, no reacciona de manera instintiva, prefijada o automática a los estímulos del medio, sino que tiene la posibilidad de elegir dentro de un ámbito de libertad -más o menos condicionado- entre distintas alternativas de acción. Por ende, los seres humanos poseemos una estructura moral innata, una dimensión moral o configuración antropológica que nos constituye inevitablemente como seres morales que deben utilizar su inteligencia para razonar y justificar sus elecciones, siendo responsables de aquellas que finalmente decidamos poner en práctica. No obstante, los contenidos morales evolucionan históricamente y cambian según las culturas. Por tanto, el ser humano, que no puede dejar de ser ni libre ni moral, se ve empujado a elegir entre distintos contenidos morales.

permitirían buscar el “entendimiento y acuerdo entre todas las partes” (García-Marzà, 2004, p. 197) y “medir la validez de los acuerdos alcanzados” (García-Marzà, 1997, p. 240). El resultado de dicho proceso será una gestión del conjunto de “recursos morales” (García-Marzà, 2014, p. 241) (confianza, legitimidad, credibilidad, participación, etc.), que configura un “capital ético disponible para su utilización tanto por los individuos como por las instituciones” (García-Marzà, 2014, p. 14).

Como observamos, la ética empresarial propuesta por la Escuela de Valencia, del mismo modo que cualquier ética aplicada, “pretende alcanzar operatividad en su propuesta” (García-Marzà, 2009, p. 205), encaminándose hacia “iniciativas creativas que potencien la función facultativa de la ética y hagan uso del capital social y los recursos morales que de hecho posee la empresa” (García-Marzà, 2004, p. 128).

Como podemos observar “en la actualidad, parece que [...] para evitar los catastróficos efectos de sus inmoralidades solo necesitamos una buena dosis de responsabilidad ética. [...] Así nos libraremos de los depredadores y podremos vivir felices en lo que finalmente será “el capitalismo global con rostro humano”” (Ruda, 2014, p. 79).

3. Una crítica desde la filosofía marxiana a las condiciones de posibilidad de la ética empresarial

Nuestra crítica a la propuesta ética de la Escuela de Valencia no se basará en datos empíricos ni en argumentaciones que sostengan que la dislocación social provocada por el capitalismo aumenta sin que ningún proyecto normativo haya podido contener la voracidad del proceso de acumulación y valorización continua del capital. Tampoco trataremos de confirmar la inmoralidad del capitalismo a través de normas morales, evitando hacer juicios de valor sobre la moralidad o inmoralidad que conlleva la extracción de *plustrabajo*⁷ (Marx, 2008b, p. 261) y *plusvalor*⁸ (Marx, 2008 b, p. 184). No porque no sea posible, sino porque nuestra crítica pretende negar las condiciones de posibilidad de la ética empresarial y su aplicación práctica con argumentos extraídos de la lógica interna de nuestro objeto de estudio: las relaciones de producción e intercambio capitalistas.

⁷ Tiempo de trabajo excedente que el obrero proyecta más allá de los límites del trabajo necesario (tiempo del proceso laboral donde el obrero ya ha reproducido el valor de su fuerza de trabajo, es decir, su salario).

⁸ Incremento o excedente por encima del valor originario puesto en circulación. Es la diferencia entre lo que el trabajador recibe por su fuerza de trabajo y la totalidad de lo que produce en el proceso de producción (y que se apropia el capitalista). Así pues, cuanto más elevada es esa relación, mayor es la tasa de explotación.

Estamos de acuerdo con F. Fernández Buey: “Marx, al fijarse en la importancia que lo económico tiene en nuestras sociedades modernas, no despreció las consideraciones morales” (Fernández Buey, 1998, p. 144). Por tanto, no aceptamos que la filosofía marxiana no contemple la crítica moral del capitalismo o que minusvalore el papel de la subjetividad de los seres humanos pues “Marx no opone las razones del análisis científico [...] a las razones morales. Sólo dice que estas últimas son insuficientes para comprender cómo funciona el mundo moderno” (Fernández Buey, 1998, pp. 138-139). La crítica no puede ser sólo condena, sanción o valoración moral.

El primero de nuestros argumentos se basa en que la ética no es un valor de uso aprehensible físicamente.

El capitalismo es un modo de producción y organización económica basado en la repetición constante del proceso de valorización del capital. Este proceso consiste en invertir una cantidad de dinero en la compra de *medios de trabajo*⁹ y *fuerza de trabajo*¹⁰, organizarlos en un *proceso de producción*¹¹ que, en estas condiciones, es también un *proceso de valorización* del que resultan *mercancías* y, por último, vender esta mercancía. En otras palabras, es un sistema dependiente del constante intercambio de mercancías y la consecución del máximo beneficio económico con el menor coste posible.

Una mercancía “es, en primer lugar, un objeto exterior, una cosa que merced a sus propiedades satisface necesidades humanas del tipo que fueran” (Marx, 2008 b, p. 43). Su utilidad radica en su valor de uso, es decir, en las propiedades físicas o abstractas que posee y que al ser consumidas satisfacen una necesidad humana determinada sin importar la naturaleza de esas necesidades ni cómo las satisface (Marx, 2008 b, p. 43). Por ende, podemos concluir que “la utilidad de una cosa hace de ella un valor de uso” (Marx, 2008 b, p. 44). Así pues, para que un objeto sea susceptible de ser intercambiado debe, ante todo, tener una utilidad, satisfacer una necesidad humana, es decir, tener un valor de uso social. En caso contrario, y dada su inutilidad para satisfacer necesidades, ningún ser humano querría obtener dicha mercancía.

Entonces, ¿es la ética un valor de uso y, por tanto, puede llegar a convertirse en una mercancía? Según la definición de valor de uso y de mercancía marxiana la respuesta podría ser afirmativa. A pesar de que la ética no puede ser percibida

⁹ “Cosa o conjunto de cosas que el trabajador interpone entre él y el objeto de trabajo y que le sirve como vehículo de su acción sobre dicho objeto. El trabajador se vale de las propiedades mecánicas, físicas y químicas de las cosas para hacerlas operar, conforme al objetivo que se ha fijado, como medios de acción sobre otras cosas” (Marx, 2008 b, p. 217).

¹⁰ “Conjunto de las facultades físicas y mentales que existen en la corporeidad, en la personalidad viva de un ser humano y que él pone en movimiento cuando produce valores de uso de cualquier índole” (Marx, 2008 b, p. 203).

¹¹ “La actividad del hombre, a través del medio de trabajo, efectúa una modificación del objeto de trabajo procurada de antemano” (Marx, 2008 b, p. 219).

en las facultades físicas o materiales de los productos o servicios que ofrece una empresa si podría responder a las necesidades morales de los consumidores y presentarse como un valor de uso añadido. Ahora bien, el problema radica en el hecho de que dentro del modo de producción capitalista el intercambio de mercancías oculta inevitablemente las relaciones sociales existentes entre el consumidor y los productores directos. Esto imposibilita que el consumidor aprehenda las supuestas condiciones éticas en las que ese bien ha sido producido y la repercusión que este tiene en su valor de cambio. Esto es lo que Marx llamó *fetichismo de la mercancía* (Marx, 2008 b, pp.87-102).

Lo misterioso de la forma mercantil consiste sencillamente, pues, en que la misma refleja ante los hombres el carácter social de su propio trabajo como caracteres objetivos inherentes a los productos del trabajo, como propiedades sociales naturales de dichas cosas, y, por ende, en que también refleja la relación social que media entre los productores y el trabajo global, como una relación social ente los objetos, existente al margen de los productores (Marx, 2008 b, 88).

El comprador no tiene ni cómo ni por qué saber nada del trabajo o los trabajadores que produjeron ese producto. La complejidad del proceso de producción y de intercambio capitalista imposibilita que el consumidor pueda tener un conocimiento completo, o lo suficientemente amplio, del proceso o las condiciones laborales del trabajador que han dado lugar a ese objeto a través de la observación de sus cualidades físicas o materiales del producto. El resultado final es que nuestra relación social con las actividades laborales de otros queda oculta bajo la relación entre cosas, entre mercancías (Marx, 2008 b, 88). Esto incapacita al comprador para percibir a través de la materialidad de la mercancía si ésta ha sido producida acorde a criterios éticos. En otras palabras, no tiene forma de saber si esta ha sido producida por trabajadores miserables, felices, asalariados, autónomos o esclavos; o si ha sido producida sin dañar el medio ambiente o, por el contrario, contaminando. Por tanto, la mercancía permanece “muda” ante los interrogantes que el consumidor pueda poseer acerca de ella.

En la producción capitalista contemporánea de cualquier producto se intercala una gran cantidad de trabajos realizados en entornos geográficos muy distantes y que se realizan bajo condiciones sociales radicalmente diferentes. Cada una de las numerosas mercancías que consumimos vincula a millones de personas que trabajan en todo el planeta. Como afirma D. Harvey, existe una gran “variedad de condiciones socioambientales, vínculos espaciales y prácticas de trabajo implicadas en cada aspecto de la vida cotidiana” (Harvey, 2014, p. 47).

Constatar la imposibilidad de conocer a través de las cualidades físicas de la mercancías que compramos y consumimos si está ha sido producida éticamente,

no implica culpabilizarnos como consumidores por no prestar atención o no dedicar tiempo a informarnos sobre los procesos productivos que las engendran; sino que llama la atención sobre la imposibilidad de percibir el trabajo humano, presuntamente ético, incorporado a la mercancía y el manifiesto encarecimiento que ésta sufre al ser producida con unos costes de producción por encima del *tiempo de trabajo socialmente necesario*¹².

El objetivo de Marx con el análisis del *fetichismo de la mercancía* era mostrarnos que el sistema de mercado y la forma-dinero enmascaran las relaciones sociales reales mediante el intercambio de mercancías. Bajo las condiciones de la producción capitalista, los productores sólo pueden entrar en contacto a través del intercambio, por tanto, es sólo allí donde pueden mostrarse los caracteres sociales de sus trabajos. Pero en el intercambio, los productores no se relacionan entre sí, sino a través de los productos de sus trabajos. En consecuencia, los distintos trabajos concretos que han dado lugar a los productos desaparecen a los ojos del consumidor, quedando reducidos a meros productos de *trabajo humano indiferenciado* (Marx, 2008, p. 48).

Con el carácter útil de los productos del trabajo se desvanece el carácter útil de los trabajos representados en ellos y, por ende, se desvanece también las diversas formas concretas de esos trabajos; estos dejan de distinguirse, reduciéndose en su totalidad a trabajo humano indiferenciado, a trabajo abstractamente humano (Marx, 2008 b, p. 48).

El carácter subjetivo y concreto de cada proceso de producción, y las condiciones bajo las cuales una mercancía ha sido producida, desaparecen en el intercambio. Por eso, para los productores “las relaciones entre sus trabajos se le ponen de manifiesto como lo que son [...] no como relaciones directamente sociales trabadas entre las personas mismas, en sus trabajos, sino por el contrario como relaciones propias de cosas entre las personas y relaciones sociales entre las cosas” (Marx, 2008 b, p.89).

En conclusión, que la ética no sea un valor de uso aprehensible físicamente hace imposible diferenciar a través de las cualidades materiales de una mercancía, si ésta ha sido producida bajo pautas morales, o, por el contrario, ha sido producida bajo condiciones de explotación. Esto trata de subsanarse por parte de la ética empresarial con el establecimiento de un mecanismo de control indirecto ajeno al consumidor, véase un “sello moral”, que garantice la calidad moral en la que ha sido producida una mercancía. Pero, ¿consiste la propuesta de la

¹² “El tiempo de trabajo socialmente necesario es el requerido para producir un valor de uso cualquiera, en las condiciones normales de producción vigentes en una sociedad y con el grado social medio de destreza e intensidad de trabajar” (Marx, 2008 b, p. 48).

ética empresarial en un “sello de calidad moral” que transforme la necesidad de regulación empresarial en una oportunidad de negocio “ética”? Este sello en cuestión, certifica un “valor de uso” ético que resulta inasible e imposible de constatar por parte del consumidor. En este caso, una ética tan cercana al poder económico podría hacernos reconsiderar posiciones.

El segundo de los argumentos que podemos esgrimir contra la aplicación de la ética empresarial radica en el hecho de que, las empresas no son “agentes morales” sino *categorías económicas*. Como defiende Marx en *El Capital*, dentro del modo de producción capitalista las personas “son la personificación de categorías económicas, portadores de determinadas relaciones e intereses de clase” (Marx, 2008, p. 8). Es decir, siguen la lógica de actuación fijada en estas relaciones. En el desarrollo económico y social “no se puede responsabilizar al individuo por relaciones de las cuales él sigue siendo socialmente una criatura más que subjetivamente pueda elevarse sobre las mismas” (Marx, 2008 b, p. 8).

Para la ética empresarial, parece razonable trasladar la estructura moral inherente a las personas, a grupos de seres humanos, pero ¿es posible dotar de dimensión moral a las organizaciones empresariales? Desde una perspectiva marxiana la respuesta es negativa. Dentro del modo de producción capitalista toda empresa está sujeta a férreas leyes económicas, en especial a la ley de la competencia, que la empujan a la obtención de un beneficio económico si desea sobrevivir y a las que, quieran o no, están atadas todas las corporaciones.

La competencia, en suma, ese motor esencial de la economía burguesa, no establece las leyes de ésta, sino que es su ejecutor. La competencia ilimitada no es por tanto la precondition para la verdad de las leyes económicas, sino su consecuencia, la forma de aparición en que se realiza su necesidad [...] La competencia no explica por tanto esas leyes, sino que las deja ver, pero no las produce (Marx, 2007, p. 45).

Quiere ello decir que, la ética empresarial debe ser competitiva. Así pues, dentro de la empresa encontramos un grupo de seres humanos que, valiéndose de su libertad y su razón, toman decisiones en torno a cursos de acción alternativos pero que no pueden trasgredir las leyes económicas capitalistas. La empresa está absolutamente obligada a valorizar constantemente sus inversiones, por tanto, la posibilidad de que los individuos que conforman la empresa puedan tomar decisiones éticas que vayan en contra del beneficio económico empresarial queda descartada. Cualquier decisión moral debe reportar un beneficio económico.

De este modo, si la ética empresarial pretende ser competitiva debe aportar un valor añadido a los productos o servicios que ofrece una empresa. Este “valor añadido”, como cualquier mercancía, tiene que, además de ser un *valor de uso*,

tener coagulado en él el *tiempo de trabajo humano socialmente necesario*. Por desgracia para la ética empresarial, la producción bajo criterios éticos no parece ser una característica del tiempo de trabajo humano socialmente necesario.

La inversión para aplicar la ética empresarial excede el coste de producción estrictamente necesario de las mercancías producidas por una empresa. Pagar salarios por encima de los mínimos legales vigentes, instalar maquinaria respetuosa con el medio ambiente, utilizar materias primas no contaminantes extraídas por mano de obra no precarizada, introducir la participación vinculante de empleados, consumidores y proveedores en la toma de decisiones empresariales o hacer públicas todas las decisiones, además de cuentas y balances¹³, es ético, pero no es rentable. Por consiguiente, aplicar la ética empresarial tiene un coste económico que, necesariamente y siempre, resta competitividad.

Los defensores de la ética empresarial argumentarán que este elevado coste inicial se rentabiliza a largo plazo, es decir, afirmarán que la inversión en la aplicación de la ética empresarial restará competitividad sólo en su etapa inicial. Cuando el componente ético añadido al producto sea percibido positivamente por la opinión pública y reconocido por los consumidores como una propiedad de la mercancía que satisface sus necesidades “morales”, se convertirá en un factor diferencial o un carácter distintivo determinante para el éxito de la empresa. Ahora la pregunta es si los consumidores están dispuestos a pagar el sobrecoste de un producto o servicio por el hecho de haber sido producido bajo cánones o criterios morales.

Como puede observarse, la gran mayoría de las personas posee grandes dificultades económicas y materiales así como un poder adquisitivo limitado. Por tanto, difícilmente estarán dispuestos a pagar el sobrecoste en bienes de consumo “éticos” que, además, no aumentan el valor de uso material de la mercancía. Sólo aquellos consumidores con un alto poder adquisitivo podrían permitirse el sobrecoste ético de un producto o servicio. En cambio, su aplicación a bienes de consumo básicos obstaculizaría el consumo de las personas con una capacidad adquisitiva limitada que, lejos de no querer contribuir a hacer del mundo un lugar más ético, están centrados en sobrevivir y garantizarse unas condiciones materiales de vida dignas.

Esto conecta con el tercero de nuestros argumentos: la voluntariedad de su aplicación. Por un lado, las leyes coercitivas del mercado fuerzan a la competencia dentro de los límites de la legalidad. Por otro lado, toda política o proyecto que pretenda incorporar la ética a los procesos empresariales no está tipificada. La empresa puede operar dentro de la legalidad vigente sin tener la obligación de incorporar la ética a sus prácticas. En consecuencia, la aplicación de la ética

¹³ Cfr. Cortina, 1994, 1997 y 2003; y García-Marzá 1997 y 2009.

empresarial queda a merced de la voluntariedad de los empresarios que, al igual que las empresas, son *categorías económicas* con una función dentro de las relaciones de producción e intercambio capitalistas y que deben cumplir si desean mantener su posición.

4. Conclusión

Pero, entonces, si la aplicabilidad de la ética empresarial es estéril e impotente en este contexto capitalista ¿qué es la ética empresarial y, en concreto, cuál sería la propuesta teórico-práctica de la Escuela de Valencia?

Con esta crítica no pretendo negar la utilidad de la reflexión ética sobre cualquier ámbito o actividad, pero sí afirmar mi rotunda negativa a la posibilidad de aplicar la ética empresarial al modo de producción capitalista, así como la “ingenuidad” y las contradicciones que se derivan de sus principios.

En primer lugar, la ética empresarial es un discurso dogmático. En septiembre de 1843, Marx escribía a su amigo A. Ruge uno de los fragmentos que mejor explica el verdadero espíritu crítico que debe guiar a la filosofía:

En esto precisamente consiste la ventaja de la nueva tendencia; nosotros no anticipamos dogmáticamente el mundo, sino que queremos encontrar el mundo nuevo a partir de la crítica del viejo. Hasta ahora los filósofos habían tenido lista en sus pupitres la solución de todos los enigmas, y el estúpido mundo exotérico no tenía más que abrir su morro, para que le volasen a la boca las palomas ya guisadas de la Ciencia absoluta (Marx, 1978 c, p. 173).

Dogmática o doctrinaria es la crítica que censura la realidad partiendo de un principio de “deber-ser”, sin importar si es un principio moral o la descripción ideal de la sociedad. Por ello es imprescindible sustituir el punto de vista dogmático e idealista por un punto de vista crítico y material. Observar las premisas materiales de la realidad es la única “concepción realmente crítica del mundo” (Marx, 1974, p. 273). Como dice E. Renault: “la voluntad de intervenir en la lucha política, armado con normas morales, tiene que ver con un desconocimiento idealista de la materialidad de la historia” (Renault, 2017, p. 60).

En segundo lugar, es un discurso ideológico. Tal y como señaló Marx, “las ideas de la clase dominante son las ideas dominantes en cada época” (Marx, 1974, pp. 50-51), de tal modo que estas pueden ser entendidas como instrumentos de dominación sobre las clases dominadas. El problema es que ni estas idealidades ni su dimensión política se evidencian inmediatamente a la conciencia.

Aceptar la poderosa influencia de las condiciones materiales de vida en la conciencia no implica “reducir la historia al factor económico, ni conlleva desprecio alguno del papel de la subjetividad en la historia de los humanos” (Fer-

nández Buey, 1998, p. 192), no hay “ninguna truculencia económicamente determinada o teleológicamente prescrita” (Fernández Buey, 1998, p. 143).

El discurso ideológico de la ética empresarial oculta la dominación naturalizando las relaciones sociales capitalistas vigentes y tratando de moldearlas conforme a ideales universales. Se ha convertido en una “economía política de la moral”:

La economía política de la moral es la riqueza con buena conciencia, con virtud, etc. Pero, ¿cómo puedo ser virtuoso si no soy? ¿Cómo puedo tener buena conciencia si no tengo conciencia de nada? El hecho de que cada esfera me mida con una medida distinta y opuesta a las demás, con una medida la moral, con otra distinta la Economía Política, se basa en la esencia de la enajenación, porque cada una de estas esferas es una determinada enajenación del hombre y contempla un determinado círculo de la actividad esencial enajenada (Marx, 2016, p. 196).

La ética empresarial se convierte así, en segundo lugar, en un discurso legitimador del capitalismo que, mediante la grandilocuencia de conceptos vacíos como “diálogo”, “participación”, “democracia”, “responsabilidad”, “pluralidad” o “consenso”, oculta los verdaderos conflictos inherentes a la sociedad, entre ellos la lucha de clases. Para ello, utiliza teorías como la de los *stakeholders*¹⁴ que le permite englobar a todos los individuos bajo la categoría de *stakeholders* (González, 2004), difuminando el antagonismo irreductible entre propietarios y no propietarios de los medios de producción. Estas palabras, repetidas como un mantra y sin referencia a ninguna realidad material, las vacía de contenido y acaban ejerciendo un efecto místico e hipnótico que dificulta cualquier oposición. ¿Quién está en contra del diálogo, la democracia y la participación?

La caverna debe ser despojada de toda posibilidad de pensar en una huida posible: debe, precisamente, reformularse como jaula de hierro. Cuando los prisioneros ya no están motivados por la pulsión de fuga y aceptan sumisamente su propio cautiverio, la represión puede disminuir el control sobre los cuerpos, puesto que ya ejerce el control total sobre las almas (Fusaro, 2018, p. 25)

Esto la convierte, en tercer lugar, en un discurso puramente estético pues, para extraer rentabilidad a los llamados “recursos morales”, no es necesario ges-

¹⁴ Personas, organizaciones o grupos que son parte involucrada o interesada en la actividad de una empresa y sin cuyo apoyo la organización cesaría de existir. Por ejemplo: accionistas, trabajadores, proveedores, sindicatos, clientes, asociaciones, etc.

tionarlos efectivamente, sino tan sólo mostrar que están siendo “atendidos”. Dar una imagen ética a la opinión pública no convierte a la empresa en una organización ética, solo hace que lo parezca.

Como mucho, la ética empresarial no deja de ser otro discurso reformista que cree fervientemente en las bondades del mercado, que da pie a mantener la fe en que es posible gestionar la sociedad capitalista de otra manera, que “admite y reconoce abiertamente [...] la imperfección del presente, no la posibilidad de cambiarlo” (Fusaro, 2018, p. 27). Únicamente piden o reclaman que el capitalismo tenga consideración con cuestiones sociales, que sea misericordioso y que estas se traduzcan en transformaciones culturales.

La representación de la empresa como “ágora” donde los individuos intercambian ideas de manera libre y democrática es una visión utópica que esconde las desigualdades económicas estructurales. Por todo ello, su discurso conecta con el liberalismo burgués presuntamente de izquierdas y puede ser vindicado perfectamente por sectores próximos al capital. La idea de Habermas de que contra el capitalismo el antídoto es la democracia olvida por completo que este es “un orden social y forma de vida que depende de manera vital del progreso ininterrumpido de la acumulación de capital privado” (Streeck, 2014, p. 38), donde la producción de mercancías no está dirigida a la satisfacción de necesidades humanas sino a la valorización constante del capital. Por ello, cuando la ética empresarial pretende introducir la ética dentro de la lógica de la economía capitalista, mercantiliza la moral, la introduce en un proceso de valorización que tiene como meta extraer un beneficio económico de su comercialización, contribuyendo así a una falsa democratización de la sociedad que no altere ni amenace los planes de la acumulación capitalista.

La ética empresarial es el ejemplo más diáfano de la capitulación incondicional de la filosofía ante el capital: “sólo izan la bandera blanca, esperando que el que fuera objeto de la crítica los convide a un plato de sopa boba” (Jappe, 2014, p. 42); son la demostración de que el impulso capitalista de venderlo todo ha reducido todo a mercancía, incluida la moral. Esta propuesta de “transformación” de la realidad capitalista no cuestiona las raíces de la sociedad moderna y sólo pretende mitigar sus efectos. Y esto sólo es concebible para quienes están interesados en mantener el statu quo, para aquellos que abogan por una tibia humanización que, aunque pueda contribuir a la mejora de ciertas prácticas, pueden ser, al mismo tiempo, apologistas de un sistema que se nos revela constantemente como inhumano.

Marx veía la filosofía alemana de su tiempo como ideología, como “héroes que sólo aspiran al aniquilamiento de las frases, y de ninguna manera a la transformación de las condiciones, condiciones de las cuales tales frases tenían que surgir” (Marx, 1974, p. 686). Hoy, la filosofía valenciana, del mismo modo que le ocurriera a la alemana, y salvando la inmensa distancia que las separa, “por

arrancar solamente de la conciencia, tiene necesariamente que acabar en la filosofía moral, donde los diferentes héroes disputan entonces en torno a la moral verdadera” (Marx, 1974, p. 434).

Bibliografía

- ARANGUREN, José Luis López, “Ética”, en *Obras completas*, Madrid: Trotta, 1994, vol. II, pp. 159-502.
- BANCO DE PAGOS INTERNACIONALES (BPI), *83º Informe Anual (1 de abril de 2012 - 31 de marzo de 2013)*. Consultado el 9 de octubre de 2020 en <https://www.bis.org/publ/arpdf/ar2013_es.pdf>.
- BATOU, Jean, “Acumulación por desposesión y luchas anticapitalistas: una perspectiva histórica larga” en Madrid: *Viento Sur*, 2015, nº 139, pp. 85-108.
- BAUMAN Zygmund, *¿La riqueza de unos pocos nos beneficia a todos?*, Barcelona: Cortina, 2000.
- CORTINA, Adela, *Ética de la empresa: claves para una nueva cultura empresarial*, Madrid: Trotta, 1994.
- CORTINA, Adela, (et.al), “Presupuestos éticos del quehacer empresarial” en *Rentabilidad de la ética para la empresa*, Madrid: Fundación Argentaria, 1997, pp. 15-36.
- CORTINA, Adela, “Las tres edades de la ética empresarial” en *Construir confianza. Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*, Madrid: Tecnos, 2003, pp. 17-38.
- FARIZA, Ignacio, “El 1% más rico tiene tanto patrimonio como todo el resto del mundo junto” en Madrid: *El País*, 13 de octubre de 2015. Recuperado de <https://elpais.com/economia/2015/10/13/actualidad/1444760736_267255.html>.
- FERNÁNDEZ, Francisco, *Marx (sin ismos)*, Barcelona: El viejo topo, 1998.
- FUSARO, Diego, *Idealismo o barbarie*, Madrid: Trotta, 2018.
- GARCÍA-MARZÁ, Domingo, “Confianza y poder: La responsabilidad moral de las empresas de comunicación” en CORTINA Adela., *Construir confianza. Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*, Madrid: Tecnos, 2003, pp. 195-220.
- GARCÍA-MARZÁ, Domingo, *Ética empresarial: del diálogo a la confianza*, Madrid: Trotta, 2004.
- GARCÍA-MARZÁ, Domingo, “Del balance social al balance ético” en CORTINA, Adela, (et.al.), *Rentabilidad de la ética para la empresa*, Madrid: Fundación Argentaria, 1997, pp. 229-255.
- GARCÍA-MARZÁ, Domingo, “La RSC en perspectiva ética” en CORTINA, Adela, (Coord.), *La responsabilidad ética de la sociedad civil*, Almería: Publicaciones Caja Mar, 2014, vol.26, pp. 239-245.
- GARCÍA-MARZÁ, Domingo, “¿Agentes de justicia? La responsabilidad social de las empresas como factor de desarrollo” en CORTINA, Adela, y PEREIRA,

- Gustavo, (eds.), *Pobreza y libertad: erradicar la pobreza desde el enfoque de las capacidades de Amartya Sen*, Madrid: Tecnos, 2009, pp. 193-210.
- GONZÁLEZ, Elsa, *La responsabilidad moral de la empresa: una revisión de la teoría de Stakeholders desde la ética discursiva*, Tesis Doctoral dirigida por Dr. Domingo García-Marzá, Castellón: Universitat Jaume I, 2004.
- HABERMAS, Jürgen, *Teoría de la acción comunicativa*, Madrid: Taurus, 1987.
- HABERMAS, Jürgen, *La inclusión del otro*, Barcelona: Paidós, 1999
- HABERMAS, Jürgen, *Aclaraciones a la ética del discurso*, Madrid: Trotta, 2000.
- HABERMAS, Jürgen, *Facticidad y validez*, Madrid: Trotta, 2001.
- HARVEY, David, *El nuevo imperialismo*, Madrid: Akal, 2004.
- HARVEY, David, *Guía de El Capital de Marx. Libro primero*, Madrid: Akal, 2014.
- ILLUECA, Héctor, "Acumulación por desposesión en Europa" en *Filosofía, política y economía en el laberinto*, nº 44, 2015, pp. 57-71.
- LOZANO, Josep María, *Ética y empresa*, Madrid: Trotta, 1999.
- MARX, Karl, *La ideología alemana*, Barcelona: Grijalbo, 1974
- MARX, Karl, "Crítica de la filosofía del derecho de Hegel" en *Obras de Marx y Engels*, Barcelona: Grijalbo, 1978 a, vol.5, pp. 209-224.
- MARX, Karl, "Crítica de la filosofía del Estado de Hegel" en *Obras de Marx y Engels*, Barcelona: Grijalbo, 1978 b, vol.5, pp. 1-157.
- MARX, Karl, "Una correspondencia de 1843" en *Obras de Marx y Engels*, Barcelona: Grijalbo, 1978 c, vol.5, pp. 165-177.
- MARX Karl, *En defensa de la libertad: los artículos de la Gaceta Renana, 1842-1843*, Valencia: Fernando Torres, 1983.
- MARX, Karl, *Miseria de la filosofía*, Madrid: Siglo XXI, 1987.
- MARX, Karl, *El Capital*, Madrid: Siglo XXI, 2008 b, Libro I, vol.1
- MARX, Karl, *Contribución a la crítica de la economía política*, Madrid, Siglo XXI, 2008 a.
- MARX, K., *Manuscritos de economía y filosofía*, Madrid: Alianza, 2016.
- MARX, K., *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (Grundrisse) 1857-1858*, Madrid: Siglo XXI, 2007, vol. II.
- POLANYI, Karl., *La esencia del fascismo. Nuestra obsoleta mentalidad de mercado*, Madrid: Escolar y Mayo, 2013.
- POLANYI, Karl, *La gran transformación*, Barcelona: Virus, 2016.
- RENAULT, Emmanuel., *Marx y la filosofía*, Buenos Aires: Prometeo Libros, 2017.
- RUDA, F., "Recordar lo imposible: para una anamnesis metacrítica del comunismo" en ŽIŽEK, Slavoj, (coord.), *La idea de comunismo*, Madrid: Akal, 2014, pp. 177-218.
- STREECK Wolfgang., "Las crisis del capitalismo democrático" en London: *New Left Review*, 2011, nº 71, pp. 5-26.
- STREECK Wolfgang, "¿Cómo terminará el capitalismo?" en London: *New Left Review*, 2014, nº 87, pp. 38-68.

STREECK Wolfgang, *Comprando tiempo. La crisis pospuesta del capitalismo democrático*, Buenos Aires: Katz Editores, 2016.

VAROUFAKIS Yannis, *El Minotauro global. Estados Unidos, Europa y el futuro de la economía mundial*, Barcelona: Debolsillo, 2015.

WALLERSTEIN, Immanuel, *El capitalismo histórico*, Madrid: Siglo XXI, 1983.

ZUBIRI, Xavier, *Sobre el hombre*, Madrid: Alianza, 1986.

Recebido em 15 de junho de 2020

Aprovado em 7 de dezembro de 2020