

ESTUDIOS

EL HOMBRE DE NEGOCIOS Y LA MORAL

EL tema sigue siendo de actualidad. Lo trató con amplitud en una de sus obras más meritorias el P. Joaquín Azpiazu, fundador de esta revista, FOMENTO SOCIAL (1); la ley de la herencia me ha transmitido la obligación de volver a tratarlo, aunque sumariamente, en una de las lecciones de la pasada Semana Social de Salamanca. No pretendo reproducir ahora el desarrollo de esa lección, que es de esperar se publique en tiempo oportuno en el denso volumen que recoja los trabajos de dicha Semana; pero voy a destacar aquí alguna de las afirmaciones fundamentales.

Supremacía moral

Frente a las nuevas audacias de la "moral de la situación", lo mismo que a las más trasnochadas pretensiones autonomistas de la economía liberal, hay que repetir la afirmación fundamental de que el mundo de los negocios, cualquiera que sea su naturaleza, extensión y complejidad, cae bajo las normas y directrices de la moral, para la cual no hay zonas francas ni jurisdicciones exentas en el ámbito de las acciones responsables del hombre.

Esta doctrina, por demás sabida y reiteradamente expuesta, encontró una de sus más claras expresiones, aplicada al orden económico, en el capítulo segundo de la *Quadragesimo anno*. "Establezcamos como principio, ya antes

(1) Cfr. *La moral del hombre de negocios*, por Joaquín Azpiazu, S. I 2.^a ed. Editorial Razón y Fe. Madrid.

espléndidamente probado por León XIII (dice la Encíclica de Pío XI), el derecho y deber que Nos incumbe de juzgar con autoridad suprema estas cuestiones sociales y económicas... Es cierto que la economía y la moral, cada cual en su esfera peculiar, tienen principios propios; pero es un error afirmar que el orden económico y el orden moral están tan separados y son tan ajenos entre sí que aquél no depende para nada de éste... Es una misma ley moral la que nos obliga a buscar derechamente en el conjunto de nuestras acciones el fin supremo y último, y en los diferentes dominios en que se reparte nuestra actividad los fines particulares."

La última formulación de estos principios fundamentales cuando escribimos estas líneas es la carta de Monseñor Dell'Acqua, sustituto de la Secretaría de Estado, precisamente dirigida en nombre de Su Santidad a la Semana Social que ha ocasionado nuestro trabajo.

Sin embargo, a pesar de ser tan reiterada la exposición de los principios, eran relativamente escasas las aplicaciones de la doctrina pontificia al mundo de los negocios con anterioridad al pontificado de Pío XII. Pero el actual Pontífice nos ha regalado, como una de las manifestaciones de su ingente labor de magisterio apostólico, numerosos documentos, entre los cuales hemos anotado seis discursos al menos que se refieren estrictamente a las relaciones de la moral con el ejercicio del comercio y los problemas de la Banca y el crédito (2). La autoridad de tan experto guía facilitará en lo

(1) He aquí las fechas y los temas generales de dichos discursos: 1) 20 junio 1948, en italiano: Discurso del Papa a una peregrinación de empleados del Banco de Nápoles, sobre las especiales cualidades y deberes de la profesión bancaria. («Ecclesia», 10 julio 1948.) — 2) 25 abril 1950, en italiano: Discurso a los directores, empleados y operarios de la Banca italiana, Oficinas de Roma («Ecclesia», 29 abril 1950.) — 3) 27 abril 1950, en francés: Discurso a 650 congresistas del primer Congreso Mundial de las Cámaras de Comercio de 35 naciones. («Ecclesia», 6 mayo 1950.) — 4) 18 junio 1950, en italiano: A todo el personal del Banco de Roma, reunido para ganar el jubileo; sobre la elevada función de la Banca. («Ecclesia», 1 julio 1950.) — 5) 24 octubre 1951, en francés: Discurso en Castelgandolfo a los delegados de 46 naciones, reunidos para el Congreso Internacional de Crédito. («Ecclesia», 3 noviembre 1951.) — 6) 9 septiembre 1953, en francés: Discurso a los representantes de 14 naciones, reunidos en el XXVII Curso Económico de la Sociedad Internacional de Enseñanza Comercial, sobre la Iglesia y la enseñanza comercial. («Ecclesia», 26 septiembre 1953.)

sucesivo al moralista su camino en este difícil itinerario de recíprocos encuentros entre los negocios y la moral.

Libertad de comercio

Y debemos al Papa, entre otros beneficios, la formulación clara de una condición previa para que el mundo de los negocios pueda desenvolverse. Porque podría preguntarse alguno si no sería mejor camino para evitar las injusticias que el desordenado apetito de lucro produce el de sustituir la libre iniciativa del negociante por la rígida reglamentación estatal. "La Iglesia, dentro de ciertos límites justos, admite la estatificación (nos contesta Pío XII en su discurso a la U. N. I. A. P. A. C.)" (1).

"... Pero hacer de esta estatificación una regla normal de la organización pública de la economía sería trastornar el orden de las cosas. La misión del derecho público es, en efecto, servir al derecho privado, no absorberlo. La economía—no de otra manera que las demás ramas de la actividad humana—no es por su naturaleza una institución del Estado: es, por el contrario, el producto viviente de la libre iniciativa de los individuos y de las agrupaciones libremente constituídas."

"No deja de tener una significación muy expresiva (dice el Papa también al Congreso Mundial de las Cámaras de Comercio, en abril de 1950) que la mitología haya dado alas a Mercurio. ¿No hay que ver en ello el símbolo de la libertad de actuación de que el comerciante tiene necesidad lo mismo más allá que más acá de las fronteras de su país? Ciertamente no se trata—y ninguno de vosotros piensa en ello—de reivindicar una libertad ilimitada, incompatible con el fin y las exigencias de la economía nacional y con el cuidado permanente de la prosperidad material de todos. Por el contrario, es precisamente con miras a esa prosperidad por lo que vosotros aspiráis a una mayor libertad de comercio. Y tenéis razón."

"... Hay países en que se ha erigido el sistema de la en-

(1) Cfr. Discurso 7 mayo 1949.

trega más o menos absoluta de todo comercio en manos de la autoridad pública. Digámoslo claramente: en ello hay una tendencia en oposición con el concepto cristiano de la economía social. El comercio es fundamentalmente una actividad del individuo, y es esta actividad privada la que le imprime su primer impulso, que enciende la llama y el acicate en el que se dedique a ella."

La ley fundamental

Pero es claro que la libertad implica responsabilidad y no se reivindica legítimamente sino para el cumplimiento de los deberes que impone la ley moral. "Si el comerciante no tuviera otra ambición que meter en caja cada vez más dinero y enriquecerse—habla el Papa a las Cámaras de Comercio en abril de 1950—, tracionaría su vocación, porque bien puede llamarse con este nombre la misión que Dios le asigna, sobre todo en coyunturas particularmente difíciles, en cuanto comerciante. Así haría el juego a los malvados que se aplican a hacer del comercio un vampiro que vive a expensas de toda la vida económica."

Y entre todas las virtudes morales propias del hombre de negocios, corresponde sin duda la primacía a la justicia, y en primer término a la justicia conmutativa. Precisamente del comercio, del cambio o conmutación de cosas, ha tomado su nombre esta clase más estricta de justicia, que exige igualdad, en cierto modo objetiva, entre lo que se da y lo que se recibe; aquella igualdad que ha hecho de la balanza el símbolo de esta necesaria virtud.

He aquí la diferencia entre el auténtico comerciante, que sin dejar de atender a sus necesidades individuales y familiares, presta un verdadero servicio social como mediador que facilita las relaciones entre la producción y el consumo, y el intermediario, especulador y tal vez falsario, que complica esas mismas relaciones y dificulta en propio provecho la circulación de bienes y la legítima satisfacción de las necesidades humanas.

El Papa, en su discurso a la Sociedad Internacional de Enseñanza Comercial, de 11 de septiembre de 1953, formula en los siguientes términos esa exigencia de la justicia conmutativa: "Que una prestación real responda a la ganancia del comerciante: he aquí la preocupación de la Iglesia y de sus moralistas, y no como se ha afirmado torcidamente: una aversión en cierto modo innata hacia el comercio..." "La profesión del negociante y la estima que merece dependen del hecho que podríamos formular así: ¿rinde un verdadero servicio a un verdadero cliente? Un servicio, pues, verdadero a un verdadero cliente; es decir, a un cliente en posesión de un poder real de compra que él adjudica a la satisfacción de necesidades reales. Las tentaciones contra este principio de moral profesional son hoy especialmente fuertes: poder de compra falsificado, necesidades fomentadas artificialmente, negocios que llegan a hacerse desmesurados, tipos monetarios ilegales e inestables, desorden en las relaciones entre el Estado, la política y la economía, hacen que la especulación malsana amenace los fundamentos sólidos del comercio. El servicio verdadero al verdadero cliente sufre con ello, y la profesión del comerciante no es la última en experimentar el perjuicio: se la daña en sus bases morales y pierde la estima de las gentes."

Y este gran principio de equivalencia entre el servicio prestado y su remuneración es aplicable a todo hombre de negocios, desde el modesto comerciante hasta el más poderoso banquero o financiero, quien por serlo está más obligado a guardar toda justicia y promover el bien común. Puede extenderse a los hombres de negocio más representativos de nuestros días una ley universalmente válida en la actividad inteligente de todo hombre: en la medida en que procedan conforme a los dictámenes de la recta razón, e inspirándose en los criterios éticos, merecerán—y probablemente gozarán de hecho—mayor libertad; por el contrario, en la medida que abusen de su iniciativa y su poder provocarán reacciones, violentas o legales, que pueden llevar por diversos caminos—incluso el de la revolución—a las más intolerables situaciones de estatolatría y absolutismo.

Organización

Pero los graves problemas que hoy suscita el mundo de los negocios no pueden resolverse tan sólo con la recta formación de las conciencias, sino que exigen soluciones institucionales, organización adecuada.

Si la libertad individual bajo los dictámenes de la recta razón puede llevar a un cierto orden espontáneo, la política liberal del *laissez-faire* es a todas luces insuficiente; "ninguno puede pensar—como dice el Papa—en volver a ella".

Aun para la mera determinación del justo precio de las cosas y de los servicios en régimen de mercado es menester organizar "la estimación común", como dice el Código social de Malina. Estimación común a la que pueden ayudar mucho las organizaciones de los consumidores, casi desconocidas entre nosotros y que ejercen en algunos países como en Estados Unidos positivo y saludable influjo en el ejercicio equitativo de la actividad mercantil (1).

Tema constante es también entre economistas y sociólogos el de la difusión de las empresas cooperativas, que por exigir un alto nivel educativo y determinadas circunstancias de ambiente no han logrado todavía alcanzar el desarrollo que tantas veces han deseado los reformadores sociales.

Pero es que hoy la evolución vertiginosa de la técnica, el crecimiento extraordinario de la población, la facilidad de las comunicaciones, el desarrollo de las doctrinas económicas etc., plantean sin cesar nuevos problemas no sólo especulativos, sino prácticos, cuyo cauce sólo puede discurrir seguro hacia soluciones aceptables entre las opuestas vertientes del neoliberalismo y del filocomunismo.

Va hoy superándose ya, por ejemplo, el problema de las relaciones entre capitalistas, técnicos y obreros en la unidad de la empresa; pero se va planteando con caracteres cada vez más agudos el de las relaciones entre las empresas mismas, constantemente amenazadas por la competencia, los nuevos inventos y la centralización industrial.

(1) Cfr. *Fomento Social*, núm. 37, enero-marzo 1955, p. 80: «La organización de los consumidores en Estados Unidos».

Quiérase o no se quiera, se ha de pensar—con el nombre que se quiera también—en un régimen orgánico de la sociedad, en que los sistemas de producción, circulación y distribución de los bienes económicos, superando la anarquía individualista, nos preserven del abismo del comunismo y sirvan no sólo a la legítima satisfacción de las necesidades humanas inferiores, sino a los justos derechos de la libertad, de la cultura y del espíritu.

Hacemos nuestras las palabras del señor Larraz en el homenaje al profesor Olariaga: "Sobre la sociedad española irradian fuerzas intelectuales que dan más importancia a la centralización económica y al refuerzo del Estado que a la vitalización de las autarquías gremiales o sindicales, a la renovación de la empresa y a la representación social en el Estado. Tales fuerzas intelectuales hay que compensarlas." Y hay que compensarlas (carecemos de las palabras textuales, pero nos atenemos al sentido) mediante una política social ancha, que vele por el mantenimiento de las que en el siglo XIX se llamaron autarquías sociales, y que tendrían la misión principal de situarse frente al Estado absorbente y autoritario (1).

Con gusto oímos también el letrado del Consejo de Estado y profesor don Federico Rodríguez abogar en su docta conferencia en la Semana Social de Salamanca por una organización *estamental profesional*, que evitando los yerros de los antiguos gremios y de los fracasados ensayos corporativos modernos recogiera lo que hay de vital y necesario en esa fecunda idea corporativa que con tanta constancia renace en la sociología cristiana, y que recibió luminosas orientaciones de la mente de Pío XI en la *Quadragesimo anno*.

Pocas tareas más nobles y fecundas para sociólogos y políticos que la de elaborar estas doctrinas de acuerdo con las modernas exigencias de tiempos y lugares; de manera que, penetrando después en el ambiente social por el esfuerzo de oradores y publicistas, vayan haciéndose viables hasta dar cima, con la relatividad de todas las soluciones históri-

(1) Véase el *Ya* de 5 de mayo de 1955, pág. 5.^a

cas, a las dificultades en que hoy nos sitúa la enconada lucha entre las libertades individuales y las demasías totalitarias del Estado.

Sobrenaturalismo cristiano

Copiamos del discurso del Papa a los directores y empleados de la Banca italiana en abril de 1950: "Conciencia, honestidad, exactitud. Estas cualidades de todo buen trabajo son tanto más inseparables del trabajo cuanto éste se entiende como servicio de Dios y llegan a ser de esta manera fructuosas para el bienestar de la comunidad... El trabajo de un hombre que vive en gracia santificante debe manifestar la filiación de Dios como una fuente sobrenatural de energía cotidiana y de cotidiano mérito para el cielo y para los vastos fines del reino del Padre."

Y entre estos fines del Padre y entre los medios ordinarios de su Providencia figura el que la implantación de un orden social cristiano en la tierra no sea posible sino por el ejemplo y la acción apostólica de los mejores, que siendo los menos han de actuar, sin embargo, como luz del mundo y sal de la tierra. La moralización de los negocios no es posible sino por el apostolado de los mismos hombres que con competencia y autoridad los ejercen. "Los primeros e inmediatos apóstoles de los obreros han de ser los obreros; los apóstoles del mundo industrial y comercial, industriales y comerciantes." (*Quadragesimo.*)

Creemos mucho más en la acción de estos hombres para la elaboración de las conclusiones prácticas derivadas de los supremos principios morales que en las aplicaciones casuísticas de moralistas de profesión, si no unen éstos a un profundo saber teórico y reconocida prudencia, conocimiento bastante de las ciencias económicas subordinadas y del mundo de los negocios.

Mientras escribimos estas líneas se celebra en París un Congreso de la Unión Internacional de Asociaciones Patronales Católicas (U. N. I. A. P. A. C.), que congrega en su

seno organizaciones nacionales de doce países. Es ese un buen camino lleno de esperanzas.

Las jornadas de Salamanca evocaron en nosotros de nuevo la memoria de aquel "caballero del comercio" que se llamó don José Benito, cuya fama de santidad pude comprobar personalmente con el testimonio del propio prelado diocesano. Y camino de los altares va don Claudio López Brú, segundo marqués de Comillas, otro espejo de caballeros cristianos en medio de las más vastas perspectivas de los negocios económicos.

¡Hombres de negocios justos y aun santos! Son sin duda posibles, y podrían figurar entre los principales artífices de las soluciones sociales cristianas dentro y fuera de España.

MANUEL MARINA, S. J.