

Ética Empresarial y Pedagogía Jesuítica. Una reflexión crítica

Business Ethics and Jesuit Pedagogy. A critical reflection

Carl Antonius Lemke Duque
email: lemkeduque@me.com
Universidad de Deusto. España

Resumen: Desde finales de los años 1970, la Ética Empresarial ha ido ganando terreno como disciplina académica tanto en los Estados Unidos como en Europa, alimentada por tragedias de medio ambiente y escándalos empresariales como, por ejemplo, la Exxon Valdez en 1989 o, recientemente, los fraudes estratégicos de Volkswagen. El presente artículo tiene como objetivo profundizar en el origen y estado actual de la Ética Empresarial con particular atención sobre las contribuciones y posicionamientos de la pedagogía jesuítica al respecto. El análisis llavado a cabo se divide en tres pasos: (A) Las líneas generales del desarrollo de la Ética Empresarial en el ámbito jesuítico español. Aquí se estudian las contribuciones más destacadas para una ética deontológica por parte de autores jesuitas desde los años sesenta y sus influencias más importantes hasta la actualidad, incluyendo aspectos del debate sobre una ética práctica que sigue la tradición kantiana. (B) Algunas de las aportaciones más recientes a la Ética Empresarial en el ámbito jesuítico de los Estados Unidos. Se profundiza en las propuestas desarrolladas para redefinir lo distintivo de la Ética de Negocios en el ámbito de la enseñanza jesuita que ofrecen un acercamiento y posible diálogo con una ética discursiva de corte moderna. Finalmente, (C) un resumen y una reflexión crítica del perfil jesuítico de la Ética Empresarial.

Palabras clave: Ética de empresas; pedagogía jesuítica; deontología; ética de discurso; valores.

Abstract: Since the end of the 1970s business ethics has become an emerging academic discipline as well as in the US as in Europe pushed particularly by environmental disasters and business scandals such as, for instance, the case of Exxon Valdez in 1989 or more recently the strategic fraud by the German global automobile brand Volkswagen. The present study deepens into the origins and the current stage of development of Business Ethics focusing on fundamental positions and leading arguments in Jesuit business education. The analysis realized in the present study is divided into three parts: (A) A general outline of the development of modern Business Ethics

in jesuit pedagogy in Spain. Here, the paper studies the most important contributions shaping deontological ethics by Jesuit authors since the 1960s as well as the most important influences to date, including aspects of the debate on a practical ethic that follows Kantian traditions. (B) Some recent contributions to Business Ethic in jesuit pedagogy in the US. This part focuses on proposals that have been developed to redefine the distinctive aspects of Business Ethics in Jesuit education. These tendencies provide an approach and a possible dialogue with modern, discursive ethics. Finally, (C) a summary and critical reflection of jesuit profile in Business Ethic.

Keywords: Business ethics; jesuit pedagogy; deontology; discourse ethics; values.

Recibido: 29/03/2016

Aceptado: 04/08/2016

*Ahí está el punto decisivo. Nosotros debemos tener claro que toda acción que se oriente éticamente puede estar bajo dos maximas que son radicalmente distintas entre sí y que están en una contraposición irresoluble: una acción puede estar guiada por «la ética de las convicciones de conciencia» o «por la ética de la responsabilidad». No es que la ética de las convicciones sea lo mismo que falta de responsabilidad y que la ética de la responsabilidad sea lo mismo que falta de convicciones. No se trata de eso, naturalmente. Pero hay una diferencia abismal entre actuar bajo una máxima de la ética de las convicciones (hablando en terminos religiosos: «el Cristiano obra bien y pone el resultado en manos de Dios») [...] o actuar bajo la máxima de la ética de la responsabilidad de que hay que responder de las *consecuencias* (previsibles) de la propia acción. [...] Es verdad que la política se hace con la cabeza, pero es completamente cierto que no se hace *sólo* con la cabeza. En esto último tienen razón los que actúan según la ética de las convicciones. Sin embargo, no se puede prescribir a nadie si *hay* que actuar según la ética de las convicciones o según la ética de la responsabilidad, o cuándo según una y cuándo según la otra. [...] En ese sentido, la ética de las convicciones y la ética de la responsabilidad no se contraponen de manera absoluta, sino que ambas se complementan y sólo juntas hacen al hombre auténtico, a ese hombre que *puede* tener *Beruf* para la política» (Weber, 2007, pp. 135-136, 148, 150)*

1. Introducción

Relacionar la espiritualidad cristiana con cuestiones empresariales hoy en día suele presentarse, a menudo, bajo la luz de una crisis de los valores y desde un diagnóstico de urgencia para reestablecer el marco ético y moral (de Woot, 2013). Ese contexto hace olvidar que el concepto de la ética en el ámbito de la economía tiene una larga tradición como categoría analítica cuyos comienzos se sitúan, precisamente, en los estudios históricos sobre la doctrina social cristiana que hace más que cien años. Fue el teólogo y político austríaco Ignaz Seipel (1876-1932) quien utilizó ese término como *Wirtschaftsethik* por primera vez en su estudio para la habilitación en 1907 sobre la doctrina social y de economía ética (*wirtschaftsethische Lehren*) de los padres fundadores de la Iglesia católica defendiendo un concepto de la propiedad apoyado en un dualismo agustino (Seipel, 1907, p. 304). El impulso más importante y decisivo, no obstante, para que la ética de la economía

(*Wirtschaftsethik*) se estableciera como disciplina propia de las ciencias sociales dió el sociólogo alemán Max Weber (1864-1920) en sus investigaciones sobre *Die Wirtschaftsethik der Weltreligionen* (1915-1920) que enfocaban la ética económica en cuanto a los motivos prácticos para actuar fundamentados en el orden reglamentario tanto psicológico como pragmático de las religiones (Weber, 1991, p. 2). Mediante su famoso acceso metodológico del tipo ideal (*Idealtypus*) Weber fue el primero en analizar, desde una sociología sistemática, el ethos del empresario, es decir sus maximas de vida práctica, esbozando las transformaciones hacia una idea moderna del trabajo y de la profesión como efectos de una proceso de secularización derivado, especialmente, de la doctrina calvinista de la predestinación y de un concepto puritano del trabajo y de la profesión (Immerthal, 2007, pp. 25-68; Abellán, 2015).

El concepto original de la ética de la economía (*Wirtschaftsethik*) y del ethos del empresario como categoría sociológica central para la historia cultural y de las religiones se ha convertido, en el marco de la ética de empresas (*Business ethics*) con su enorme extensión desde los años setenta, enmarcada hasta hoy en día por una gran cantidad de estudios especializados, en un concepto sumamente ecléctico. Su heterogeneidad tiene que ver, principalmente, con una orientación pragmática y utilitarista de la disciplina en cuanto a la ética en general abarcando un amplio abanico de líneas de investigación desde la teoría de justicia social hasta una ética clásica de virtudes (Palazzo, 2000; Mellahi y Wood, 2003).

Por un lado, la ética de empresas se ha concebido como ética de principios apoyada en la filosofía práctica del trascendentalismo de Immanuel Kant (1724-1804) desembocando, sobre todo, en la filosofía política y moral de John Rawls (1921-2002) y en la ética discursiva de Karl-Otto Apel (1922-) y Jürgen Habermas (1929-) (Apel, 1988; Habermas, 1981; Habermas, 1987/88). Una de las aplicaciones más reconocidas de ese modo ético-comunicativo de limitar la racionalidad económica ha sido formulada, en referencia directa a Apel, Habermas y Kant, por parte del suizo Peter Ulrich (1948-) en su habilitación sobre las transformaciones de la razón económica esbozando una ética económica integrativa (Ulrich 1986, 2008). Esa línea de concebir la ética empresarial como una moralización necesaria de la economía (Grabner-Kräuter, 1998; Kuttner, 2015) se ha recibido y elaborado en España, especialmente, por parte de Adela Cortina Orts (1947-) y de Domingo García Marzá (s.d.), ambos con intensa formación filosófica en Alemania. Sobre la base de los conceptos de la autonomía y dignidad humana del kantismo y de la así llamada ética del diálogo de Apel y Habermas como tipo de racionalidad comunicativa, Cortina define la ética empresarial como parte integral de una ética cívica recordando, sobre todo, la famosa distinción de Weber entre una ética de la responsabilidad y una ética de las convicciones (Etxeberria, 1998, pp. 97-99) para identificar la «ética de la responsabilidad *convencida*» como fundamento característico de la ética empresarial expresamente en contra de cualquier moralidad de héroes (Cortina, 1994, pp. 30-33, 44, 78-79, 84-85, 89-90). Últimamente, esta concepción de la ética empresarial se ha visto ampliada y concretada, mediante integración progresiva de la filosofía de los valores (Aristoteles, Ortega, Zubiri etc.), hacia la idea de una alianza o «confianza social» entendida como fundamento previo e inherente a todo tipo de contrato social y de ética en general (Cortina, 2012, pp. 78-87).

En la misma línea se ha ido transformando también la idea de la responsabilidad social corporativa de García Marzá (García Marzá, 2004). Con el fin de recuperar el principio constitutivo de la publicidad o mejor dicho de una discursividad pública del pensamiento político de Kant para la fundamentación de la ética en general (García Marzá, 2012; Sprute, 2008; Kant, 2013), García Marzá ha subrayado, aun partiendo desde el mismo marco de una filosofía de los valores, el núcleo de la ética de empresas como contrato moral basado en la confianza frente a una ética utilitarista defendida sobre todo por Milton Friedmann (1912-2006) de maximizar las ganancias. La confianza, en este contexto, es concebida como directamente proporcional a la capacidad de las empresas de justificar públicamente sus estrategias y políticas. De este modo, las empresas pueden cumplir con su responsabilidad social frente a la responsabilidad moral o, mejor dicho, con un principio ético que se refiere a las condiciones procedimentales que establecen un diálogo justo (García Marzá, 2007, pp. 189, 198, 200).

Por otro lado, la ética de empresas sigue presente en términos más o menos explícitos según la filosofía clásica de una jerarquía de valores. Se trata de reformulaciones y variaciones actualizadas, a modo popular por ejemplo por parte del filósofo Fernando Savater (1947-), de la ética de virtudes aristotélica que entiende la moral desde la antropología. El objetivo, en este caso, es buscar un determinado tipo de hombre, considerable como héroe, con ciertas calidades ontológicas que le son propias como, por ejemplo, la audacia, la prudencia, la responsabilidad, la eficacia etc. incluyendo también la confianza como una virtud comercial imprescindible (Savater, 2014, pp. 29-44). Desde este punto de vista, la ética empresarial se limita, prácticamente, al problema de tomar decisiones exclusivamente como cuestión de la sabiduría y del autocontrol personal de los agentes, orientado por el valor como tal (Morris, 1997, pp. 183-206). Esa concepción tradicional muy difundida en el doctrina social cristiana por su compatibilidad práctica¹ ha diseñado todo un catálogo de virtudes en los negocios para aspirar a una supuesta integridad de la persona más capacitada al liderazgo no tanto por su supuesto carisma original sino por la confianza ulterior que genera (Solomon 2000, pp. 58-60, 67-108).

En cuanto a la pedagogía jesuítica, en cambio, habría que destacar la reciente actualización que ha experimentado según el famoso »paradigma Ledesma-Kolvenbach« concebido como nuevo modelo pedagógico a seguir en las instituciones jesuíticas de educación. Llaman la atención los impulsos recibidos en la definición y formación de este paradigma, particularmente, desde el ámbito de los jesuitas en los Estados Unidos que parecen haber provocado un cambio importante en la enseñanza jesuítica hacia un pragmatismo y una integración social mayor. No obstante, la pedagogía Ignaciana renovada según este modelo de innovación sigue centrada, fundamentalmente, en una ética tradicional de valores jerarquizados y materializados en personas de liderazgo carismático (Villa Sánchez & Lemke Duque 2016).

Ante este trasfondo, el presente estudio tiene como objetivo investigar algunas de las contribuciones más destacadas en cuanto a la ética empresarial desde el punto de vista de la pedagogía jesuítica. Dado el margen reducido, el presente

¹ Véase, entre muchos ejemplos, Alford & Naughton (2001), etc.

estudio no puede ni pretende ser completo. En el primer paso (2.) se presentan las líneas más centrales de estudio y enseñanza de la ética empresarial en el contexto jesuítico de España. En el segundo paso (3.) se analizan algunas contribuciones recientes al tema de la ética empresarial desde el contexto jesuítico de los Estados Unidos. En el paso final (4.) se contrastarán los resultados de las dos líneas de desarrollo y reflexión jesuíticas sobre la ética de empresas, de modo crítico, con el marco esbozado en la introducción.

2. Empresariales y ética: algunas líneas básicas de los jesuitas en España

Las primeras contribuciones por parte de los jesuitas en España para estudiar el tema de los negocios de empresas en terminos de una moralización se orientan expresamente en el principio del deber concebido como ética deontológica (δέον, gr. lo necesario, el deber). Teniendo en cuenta las fuertes continuidades de la socialización académica durante el Franquismo con respecto a la cultura de los años veinte y treinta, incluyendo la restauración católica durante la fase de consolidación inicial del régimen², es sintomático de que se traten, por un lado, de impulsos generados en un contexto de formación europea o, por otro lado, provenientes del extranjero directamente. Uno de los primeros casos es el de Mariano Sánchez Gil SJ (1915-2008) que había estudiado a partir de 1931 filosofía en Bélgica y en Italia para incorporarse a su vuelta como profesor de la *Escuela de Mecánica y Electricidad* de Madrid (ICAI, *Instituto Católico de Artes e Industria*). Antes de su doctorado en la Universidad de Friburgo en Alemania (Sánchez Gil, 1964) había publicado en la Editorial *Aguilar* un extenso volumen sobre la *Deontología de ingenieros y directivos de empresa* (1961) que en el marco de los importantes cambios ordoliberalistas iniciados por una nueva generación de economistas en España como, por ejemplo, el director de ediciones de *Aguilar* Miguel Paredes Marcos (s.d.) (Beltran, 1976; Segura Sánchez, 1999), defendía una concepción sindical-corporativista tradicional de la empresa.

Por fin la idea de empresa capitalista se desvanece, aun persistiendo el mismo tipo de accionaria, pero dando paso a la participación activa, emprendedora y efectiva, de todos sus componentes; convirtiendo al subordinado en colaborador y haciendo refluir sobre él y la sociedad todos los beneficios de una civilización integral. Con razón Pío XII ha podido señalar el ideal y el porvenir maravilloso de la empresa. Las empresas son viveros del bien común si no están disparatadamente concebidas o llevadas. (...) La empresa que alcanza su madurez multiplica su nobilísima función social. Sólo maduran las que incorporan orgánicamente a todos sus componentes hasta la *intergración*. Entonces –lo vemos ya en algunas– el hombre aprende a tomar un sentido más amplio de la familia humana. Se orienta hacia la colaboración. Comprende y revaloriza ideas perennes, como la jerarquía, la sumisión, la interdependencia y el servicio. Agudiza su personalidad. Se le ofrece campo

² Para profundizar ese tema véase, recientemente, Montero & Louzao (2015).

a la iniciativa, al desarrollo de sus capacidades de mando, de colaboración o fidelidad (Sánchez Gil, 1961, pp. 111-112).

Un caso ejemplar de impulso europeo hacia una ética deontológica de los jesuitas en España fue, además, la contribución del jesuita holandés Albert Marie Joseph André Muller SJ (1880-1951), profesor del *Institut Supérieur de Commerce Saint-Ignace* de Amberes, hoy integrado en las Facultades *Universitaires de Saint-Ignace* (UFSIA), que durante los años veinte y treinta era uno de los más destacados investigadores de los efectos normativos de la encíclica jesuítica *Quadragesimo Anno* (1931) sobre la doctrina social cristiana. Muller profundizó en estos temas, sobre todo, en los dos ensayos *Nos Responsabilités Sociales* (1924) y *Handboek voor internationale Moraal* (1939, 1946) (Baudez, 2001). En su libro sobre *La moral y la vida de los negocios* (1964), traducido y acomodado al derecho español por los profesores de Derecho de la Universidad de Deusto Antonio Arza Arteaga SJ (1914-2002) y María Díaz de Acebedo SJ (s.d.) destacan, junto a alguna literatura francesa e inglesa, sobre todo las referencias a estudios alemanes no sólo de Seipel sino, especialmente, de la Universidad de Friburgo y, expresamente, al famoso nector de la doctrina social católica Oswald von Nell-Breuning (1890-1991) y, además, a fenomenólogos como Dietrich von Hildebrand (1889-1977) (Nell-Breuning, 1928; von Hildebrand, 1931; Hermann, 1937)³. En el capítulo final sobre «El espíritu cristiano en los negocios» de su estudio estructurado como manual práctico-legal para empresas Muller sintetiza los tres valores tomistas clásicos de la justicia, equidad y caridad aplicados como guías para una «sana eficacia» del negocio cristiano (Muller, 1964, pp. 13-28, 123-144 y 205).

Siguiendo las mismas líneas de un marco cristiano formal de principios morales para el actuar económico, el profesor del *Instituto Católico de Administración y Dirección de Empresas* de Madrid (ICADE) Javier Gorosquita Reyes SJ (1929-2001) publicó en 1978 en la *Biblioteca de Fomento Social* una amplia actualización de este tipo de compendio de economía y derecho laboral, identificando la base de su «planteamiento, soluciones y estímulos propios» en la «clásica moral de las virtudes» (Gorosquita, 1978, p. 8). En su segundo manual sobre *Ética de empresas. Teoría y casos prácticos* (1996², 1999), finalmente, los principios morales de su ética empresarial se concretan expresamente apoyados en la ética civil de Cortina como «consenso mínimo» entre el utilitarismo Benthamiano, la ética Kantiana (incluyendo su recepción especialmente en Rawls) y la fundamentación tomista de la praxis cristiana de los valores de justicia y equidad (Gorosquita, 1999, p. 42).

Lo importante para la Ética de la Sociedad Civil es el comprobar que en las sociedades democráticas modernas, e incluso en un ámbito más universal, existen valores, mínimos éticos compartidos por casi todos, que garantizan la estabilidad y la armonía de la convivencia democrática. (...) He aquí un bagaje

³ El horizonte de la formación europea de los jesuitas en España a lo largo del siglo veinte representa un desideratum de la investigación no sólo en cuanto a su socialización en Bélgica, Francia, Alemania etc. sino en cuanto al carácter transnacional de la orden, en general. Como introducción a uno de los muchos ejemplos que quedarían por investigar se puede consultar Camacho Laraña (2013).

mínimo para la convivencia ordenada en el pluralismo y la tolerancia. No se trata, pues, de algo que imponer, sino de un consenso mínimo cuya existencia muy universal se comprueba (Gorosquita, 1999, pp. 41-42).

Gorosquita había expresado ya un año antes en una reseña corta del libro de Cortina sobre la Ética de la empresa la necesidad de un marco de moralización de la economía según el catálogo de los derechos humanos ampliado por una ética social y económica (Gorosquita 1995). Esa discusión era efecto directo del contexto iniciado por la segunda encíclica social *Sollicitudo Rei Socialis* en 1987 discutida intensamente también en cuanto a sus consecuencias en el ámbito empresarial, especialmente, por su enfoque sobre el derecho de iniciativa empresarial individual, la ecología del medio ambiente y la proyección de una sociedad más solidaria⁴. En el discurso académico en Alemania, por ejemplo, se han planteado en ese contexto cuestiones de una ética económica propia de la teología de la liberación con referencias, especialmente, a economistas y teólogos como Friedhelm Hengsbach SJ (1937-) (Kruip, 1990). No obstante, la revalorización de la ética en la doctrina social católica justo antes del final del enfrentamiento entre los dos bloques políticos y económicos de la Guerra Fría seguía, básicamente, vías tradicionales también en sus concreciones particulares por parte de los jesuitas en España. Habría que subrayar, al respecto y sobre todo, la línea de transformación antropológica de la ética del diálogo que presentaba, por ejemplo, Carlos Beorlegui Rodríguez (1947-) exponiendo las condiciones psicológicas de la ética con enfoques sobre Apel y Habermas (Beorlegui, 1989; Beorlegui, 1994).

En cuanto a las cuestiones de liderazgo y dirección económica en general, la ética de empresas en el ámbito de la pedagogía jesuítica sigue en rotunda oposición a cualquier tipo de «absurdo objetivismo» y, en su lugar, insiste con apoyo explícito en la ética Aristotélica en las virtudes morales como la justicia, la honradez, la lealtad, etc. (Pérez López, 1998, pp. 25-34). De modo abiertamente afirmativo y con referencia a la obra de Gorosquita Reyes, especialmente, se mantiene también el concepto de la ética de empresa del teólogo y economista sevillano de la *Escuela Superior de Técnica Empresarial Agrícola* (ETEA) de Córdoba Ildelfonso Camacho Laraña SJ (1941-) dentro del marco de una ética clásica de los valores (Camacho Laraña, 1996). Subraya la función social de la empresa, precisamente, en la «producción de bienes» y en los «servicios y la distribución de la renta económica generada», derivados de una responsabilidad social de acuerdo con los valores tradicionales de la «filantropía empresarial» y «acción caritativa» como limitación moral de la «*maximización del beneficio*». Al mismo tiempo, no obstante, Camacho Laraña reduce la ética a una mera dimensión de la actividad económica desembocando directa y expresamente en la ética civil de Cortina (Camacho Laraña/Fernández Fernández/Miralles Massanés, 2002, pp. 22-29). Esa misma reducción sigue vigente como línea central de argumentación al enfocar la ética empresarial como un proceso abierto. Apoyándose, curiosamente, en la racionalidad comunicativa de Habermas y su concepto de una comunidad ideal de comunicación frente a la neoliberal racionalidad instrumental, Camacho

⁴ Vid. por ejemplo García Echevarría (1990).

Laraña insiste, bajo este título programático, en una ética de valores como supuesta alternativa frente a una ética que tan sólo delimita mediante normas. Subraya, al mismo tiempo, el carácter voluntario del alcance de la responsabilidad social de la empresa como especie de voluntariedad moral (Camacho Laraña 2004, pp. 77-78, 82-83, 86).

Otro caso es el del profesor de Ciencias Económicas y Empresariales de ICADE José Luis Fernández Fernández (1958-), que ha publicado intensamente sobre la temática (Fernández Fernández/Caínzos, 2004; Benavides Delgado/Fernández Fernández/Villagra García, 2006). Sintomáticamente, su lectura del trascendentalismo práctico de Kant como origen de la ética comunicativa y como posible instrumento regulativo de la economía se limita a reseñas muy afirmativas a un tipo de estudio que en la literatura internacional ha sido fuertemente criticado por tratarse simplemente de introducciones generalistas al *mainstream* de la ética económico etiquetados como ética Kantiana (Fernández Fernández, 2013; Gravel, 2012). Como profesor de deontología Fernández Fernández ya había introducido a principios de los años noventa en la nueva disciplina de la ética de negocios defendiendo una necesaria instalación en los planes de estudio y subrayando, sobre todo, los comienzos de la disciplina en los Estados Unidos con alguna discusión breve de casos concretos del *Journal of Business Ethics* del 1987, entre otros. En ese contexto, Fernández Fernández se apoyaba especialmente en la «sintonía empresa-sociedad», es decir, en la «función social en la sociedad actual», por un lado, y, por otro, en la «creciente demanda social de ética en la vida mercantil» para exigir Códigos Deontológicos dado que «sin un mínimo de ética no hay negocio» (Fernández Fernández, 1992, pp. 30-35).

La ética puede llegar a convertirse en uno de los principales activos de la empresa, dado que genera confianza y transmite una buena imagen de la misma a los que con ella se relacionan (accionistas, empleados, proveedores, clientes, opinión pública en general). Desde otro punto de vista, también la ética hace gala de ser un elemento imprescindible de una empresa de vocación de futuro. No son pocos los que consideran a la ética como el más firme pilar sobre el que cabe ir edificando la tan traída y llavada «empresa-sociedad» (Fernández Fernández, 1992, p. 33).

Cara a los malentendidos que provocaban este tipo de argumentaciones, Fernández Fernández concretaba unos años más tarde en que, sin embargo, la ética no debía asimilarse con una «simple herramienta de marketing» del mismo modo como la cuestión por el liderazgo tampoco se agotaba en «esa palabra talisman que es el carisma». Aunque sus reflexiones estaban enmarcadas por el tema de una «fragmentación del discurso ético» como efecto de una avanzada decadencia cultural-política –según Fernández Fernández debido al «vaciado de contenido de los grandes valores» al cual se enfrentaba mediante una cita de Aristoteles contra el absoluto relativismo moral– diferenciaba en esta ocasión las «tareas del líder». Por un lado, identificaba claramente «fijar las metas y prioridades de la empresa (los valores)» y, por otro, la necesidad de establecer «las normas y los estándares de actuación (código ético)», entendidas como elementos claves del proceso de

adaptación de la cultura de la empresa a estos requerimientos socio-morales (Fernández Fernández, 1995, pp. 496-498, 503-504).

3. Business y ética en los Estados Unidos: un perfil jesuita nuevo?

Especialmente bajo referencia al filósofo Alasdair Chalmers MacIntyre (1929-) y su crítica rotunda a las éticas liberales desde la ilustración en el libro *After virtue* (1981³, 2007), la ética de empresas en los Estados Unidos ha insistido en una concepción prekantiana del derecho natural. Este acceso se presenta como único, exclusivo y declarado expresamente superior tanto en teoría como en práctica no sólo a una deontología kantiana sino también frente a argumentos utilitaristas. El núcleo de ese tipo de defensas tradicionalistas consiste en subrayar la importancia histórica y la practicabilidad actual de una reformulada ética de virtudes Aristotélica para la sociedad y la economía:

This highly traditional approach to natural law ethics has remained a significant presence in Catholic thinking in the United States to the present day. (...) To its ethic of basic goods, as we noted, traditional Catholic natural law ethics has united an ethic of virtue. In Catholic natural law ethics, therefore, the moral life of the business person, as of all humans, must look not only to the moral principles of ethics, but also to the enabling virtues of prudence, moderation, courage, and, justice, as well as attend to the debilitating psychological states, particularly the vices, including grudges, thoughts of revenge, dwelling on the past, brooding, and so on. (...) This thickly textured treatment of the moral life also has important implications for assessing contemporary business enterprises. (...) For business structures can have a profound influence on the moral character of human beings and a natural law ethic, with its emphasis on virtues and vices, is capable of providing a theoretical rationale for judging such structures. To the extent that social institutions in general, and business organizations in particular, promote alienation, envy, greed, and sloth, or undermine such virtues as prudence, courage, fairness, or integrity, they can be criticized from a natural law standpoint for promoting defective moral character (Velasquez y Brady, 1997, pp. 92, 94).

En ese contexto, el acceso por parte del ámbito jesuítico en los Estados Unidos ha enfocado, sobre todo, la espiritualidad Ignaciana como principal fuente para definir la ética en el mundo empresarial. Así, por ejemplo, en su función como presidente de la *International Association of Jesuit Business School* (IAJB), el colombiano con formación en los Estados Unidos y antiguo director del Instituto de Estandartización y Certificación *Icontec Internacional* Fabio Tobón Londoño (1944-2013) exigía en la séptima reunión mundial de la IAJB en México un exclusivismo de negocios justificado en supuestos valores comunes entre todos los alumnos de instituciones jesuitas:

Search out and deal preferentially with the ignatian alumni and alumnae from any Jesuit educational institution. They share the same vision and the

values that we were taught, following Ignatius. We have the same beliefs and ideals. Tutor your students how they are to see and acknowledge their social obligations (Tobón Londoño, 2000, p. 43)

Más directamente respecto a la pedagogía jesuítica han esbozado de la *Santa Clara University* en los Estados Unidos planteando, en concreto, a los *Ejercicios Espirituales* Ignacianos como herramienta para profundizar en las formas y estructuras de autoreflexión individual. Desde este punto de vista, se considera como altamente útil una espiritualidad Ignaciana aplicada para la reflexión de negocios, es decir, como fundamento psicológico para una ética personal de empresas, especialmente por su efecto de promover mayor claridad de objetivos, transparencia de las emociones implicadas, de los posibles escenarios proyectados y de los aspectos de interacción social (Moberg y Calkins, 2001).

Desde 2010 la Compañía de Jesús en los Estados Unidos ha centrado el tema de los estudios de Empresariales en la revista *Journal of Jesuit Business Education* con el fin de crear una plataforma para explicar y promocionar lo distintivo de la enseñanza jesuítica de empresariales tanto desde un punto de vista histórico como sistemático en cuanto a un particular modo pedagógico (Porth, Van Hise & Buller, 2013). En este contexto, la profesora asociada para contabilidad en la *Charles F. Dolan School of Business* de la *Fairfield University* en Fairfield (Connecticut, USA) Joan Van Hise (s.d.) ha defendido la actualidad del *Paradigma Pedagógico Ignaciano* (PPI) para una ética deontológica en el estudio moderno de contabilidad. Junto con su colega de la misma escuela de negocios Dawn W. Massey (s.d.) ha subrayado – basándose en las dos últimas adaptaciones reformuladas de las *Exercitia Spiritualis* (1548) y de la *Ratio Studiorum* (1599) para el ámbito de la pedagogía jesuítica de los años 1986 y 1993 (International Commission of the Apostolate of Jesuit Education, 1986; Jesuit Secondary Education Association, 1993)– la aplicabilidad a la ética empresarial de las cinco líneas principales jesuíticas: (a) la «cura personalis» o dedicación individual a cada persona; (b) la dimensión social, es decir, completa dentro de la comunidad humana; (c) la fundamentación en valores; (d) el «magis» o excelencia en la formación; (e) la comunidad educativa, es decir, la educación como misión común y de diálogo; y, (f) el discernimiento o preparación profesional y formación permanente (Gil Coría et al., 2002, pp. 255-264, 343-354).

Es cierto que Van Hise y Massey logran, sobre una amplia base de recientes estudios empíricos, transformar esas líneas hacia un marco de ética general. Enfocan (a) para el concepto ignaciano del contexto un «individualized approach to the ethical training», (b) para la experiencia un «case study method», (c) para la reflexión «students internalization of learning», (d) para la acción el enfoque sobre «public service orientation», y, (e) para la evaluación una orientación en «evaluating changes in students' ethical sensitivity». No obstante, se trata, a lo sumo, de una aplicación muy fiel a las líneas tradicionales. El objetivo primordial y último de las herramientas educativas aplicadas a la ética sigue siendo el «Ignatian emphasis on values in education» que aspira a convertir un «deviant» to a «virtuous human being by instructing him in ethics» (Van Hise y Massey 2010).

Últimamente, Van Hise ha extendido esa aplicación del PPI al ámbito de la ética empresarial hacia el campo del *Transformative Learning* (TL) del sociólogo

americano Jack Mezirow (1923-2014). Esbozando tres tipos de conocimientos (instrumental, comunicativo, emancipatorio) Mezirow había concretado el fin de todo aprendizaje en el último tipo de conocimiento emancipatorio, accesible mediante un determinado proceso diseñado para cambiar fundamentalmente el marco de referencia. Es decir, las vías o perspectivas según las cuales se contruyen todos los significados (*changing the Frame of reference/meaning perspective*). Habría que subrayar que el fundamento central del modelo del *Transformative Learning* consiste en la ética discursiva de Habermas a la cual Mezirow se ha ido refiriendo reiterativamente (Mezirow, 1991, pp. 64-98, 198) y cuyo impacto sobre el TL se empieza a estudiar en la investigación internacional cada vez más (Kitchenham, 2008, pp. 108-110; von Felden, 2014). Sobre la base de un caso concreto de aplicación en la enseñanza, Van Hise ha subrayado la similitud y cercanía entre los dos modelos educativos enfocando, sobre todo, el modo con el cual el PPI afirma elementos claves del *Transformative Learning* siguiendo las cinco líneas principales. Según Van Hise, esa cercanía se hace notable, especialmente, con respecto al contexto que «corresponds to the recognition that learners bring their life experiences with them» y, también, en cuanto al «affective nature of learning as an essential element» y en la cuestión por la «reflection as a critical element» (Van Hise 2013, pp. 111-113).

In light of the many common elements of TL and the IPP, the claims noted earlier by Jesuit universities that they produce transformational education gain credence. Moreover, as a result of the similarities between TL and the IPP, the application of the IPP would seem appropriate in a course in which transformational learning is a desired outcome. Business Ethics is such a course (Van Hise 2013, p. 112).

Aunque Van Hise no refleja, ni menciona en ningún momento, el trasfondo discursivo-comunicativo del TL de Mezirow, sus extensiones han podido promover cierta apertura hacia modelos extra-jesuíticos lo cual, desde un punto de vista más global, representa un fenómeno relativamente escaso. En general, las reflexiones sobre el valor y avance de la educación jesuítica en el ámbito de empresariales en los Estados Unidos suele estar centrado en el tema de las «more effective, value-driven organizational cultures» apoyado expresamente en una concepción heroica del liderazgo (O'Toole, 1995; Lowney, 2003). Frente a la idea de un aprendizaje comunicativo-discursivo y su posible extensión al ámbito de la ética, las líneas predominantes de los debates entre los Jesuitas en los Estados Unidos siguen insistiendo en un supuesto automatismo que, sobre la base del clásico fundamento de virtudes y valores jerarquizados, se proyecta como realizable en cuanto a los cambios de la «organizational performance» (Callahan, 2013; Byron, 2011).

4. Resumen y reflexión

Esbozando algunas de las contribuciones más centrales en relación con la cuestión por la ética económica y de negocios en el ámbito jesuítico en España, las reflexiones en el presente estudio han subrayado la importancia, tanto desde un

punto de vista histórico como en un sentido sistemático, de los impulsos extranjeros en la materia. Sobre todo en sus comienzos, la ética de negocios de los jesuitas en España se ha alimentado de aportaciones europeas recibidas para iniciar y ampliar, sistemáticamente, las reflexiones en dirección de una ética deontológica. No obstante, tanto la fase inicial y ulterior de la perfilación de la ética empresarial como nueva rama de disciplina están caracterizadas por un fuerte impacto de argumentos y modos de reflexión tradicionales, principalmente concebidos sobre una base tomista clásica. En este contexto, la ética empresarial enfoca primordialmente una función social de la empresa apoyándose estrictamente en una fenomenología de los valores.

Sobre la base de las publicaciones más destacadas desde los años sesenta hasta la actualidad que se han discutido en el presente estudio parece, además, que la enseñanza de la ética empresarial por parte de los jesuitas en España no ha conseguido avanzar más allá de una concepción de un mínimo ético dentro del marco de una limitada ética deontológica. Bajo el techo de una orientación hacia las virtudes concebidas, sobre todo, como herramientas principales para el desarrollo ético-moral centrado exclusivamente en la persona, es decir su perfeccionamiento en cuanto carácter, la ética empresarial sigue impregnada de un eclecticismo persistente. A menudo, esa fragmentación impide incluso diferenciar, en lo más básico, los objetivos éticos (es decir sus fines derivados de una determinada concepción ética y concretada en una serie de valores) de las normas en el sentido de elementos generados por una ética regulativa en cuanto al procedimiento social. Esa debilidad aparente de determinadas imprecisiones terminológicas (por ejemplo con respecto a la responsabilidad moral frente a su dimensión social y el marco ético-comunicativo) llega a tener cierta gravedad cara a la ausencia, prácticamente total, del tema de la autonomía del individuo tanto en su dimensión teórica, siendo el núcleo de la ética Kantiana, como en su dimensión práctica en cuanto a una necesaria realización fáctica de la famosa comunidad ideal de comunicación. Habría que insistir, al respecto, que para poder pacificar, por ejemplo, situaciones de conflicto dentro de una empresa –mencionando, tan solo, uno de los diversos niveles concretos de la ética empresarial– las normas deontológicas no sólo deben estar codificadas sino y sobre todo llegar a ser practicadas.

Por otro lado, el presente estudio ha esbozado los intensos impulsos de integración de la ética empresarial, por parte de la enseñanza jesuítica en los Estados Unidos, en las recientes adaptaciones y reformulaciones de la pedagogía jesuítica clásica. Esos impulsos se están materializando tanto a nivel institucional y de debates e intercambio de ideas como en casos concretos para la enseñanza. Además, se ha podido ver la importancia de ese marco de impulsos profundizando en el caso ejemplar de una ampliación de la ética empresarial, adaptada a la pedagogía jesuítica, hacia modelos nuevos de aprendizaje cuyo origen y fundamento gira en torno a la ética discursiva y acción comunicativa de Habermas.

Habría que recordar, finalmente, que la recuperación de un discurso socio-filosófico, histórico, político etc. a la altura de las corrientes europeas e internacionales después de 1945 se inició y efectuó en España, precisamente, en el ámbito de los jesuitas en Barcelona y Madrid a comienzos de los años setenta mediante el famoso *Instituto Fe y Secularidad*. Junto a los esfuerzos para reanimar y profundizar el

estudio y la traducción de Kant, una línea importante de esa revitalización del debate interdisciplinar y del intercambio transnacional por parte de los jesuitas españoles, desde finales de los años 1960, se centraba en los primeros pasos de recepción y de análisis sustancial de la sociología de Weber. Sería de desear que se lograra a prolongar esa importante tradición, particularmente, para el ámbito de la ética empresarial en el cual sigue como tarea fundamental una reconciliación moderna entre la ética de las convicciones y la ética de responsabilidad que Weber había proyectado ya hace casi cien años.

5. Referencias

- Abellán, J. (2015). Estudio preliminar. En Weber, M., *La ética protestante y el «espíritu» del capitalismo* (pp. 9-64). 2ª ed. revisada. Edición de J. Abellán (Traducción, notas, glosario y nuevo estudio preliminar). Madrid: Alianza.
- Alford, H. J., & Naughton, M. J. (2001). *Managing as if Faith mattered. Christian social principles in the modern organization*. Notre Dame: University of Notre Dame Press.
- Apel, K.-O. (1988). *Diskurs und Verantwortung. Das Problem des Übergangs zur postkonventionellen Moral*. Francfort del Meno: Suhrkamp.
- Baudez, L. (2001). Muller, Albert. En O'Neil, C. E., & Domínguez, J. M. (Eds), *Diccionario histórico de la Compañía de Jesús. Biográfico-Temático* (pp. 2764-2765). Madrid: Universidad Pontificia de Comillas.
- Beorlegui, C. (1989). Bases antropológicas de la ética comunicativa. *Estudios de Deusto*, 82, 49-68.
- Beorlegui, C. (1994). La intersubjetividad asimétrica, clave de la responsabilidad ética, *Revista Catalana de Teologia*, 19, 309-319.
- Beltrán, L. (1976). D. Miguel Paredes, *Moneda y Crédito*. *Revista de Economía*, 138, 7-8.
- Benavides Delgado, J., & Fernández Fernández, J. L. (2005). *Reflexiones sobre la responsabilidad social, la empresa y el tercer sector. Memoria académica, curso 2003-2004*. Madrid: Universidad Pontificia de Comillas.
- Byron, W. (2001). Humility, *Magis*, and Discernment: A Jesuit Perspective on Education for Business Leadership. *Journal of Jesuit Business Education*, 2, 9-20.
- Callahan, R. F. (2013). Professional Reflection: The Alignment of Ignatian Pedagogy Principles with Jesuit Business School Education and Business Practices. *Journal of Jesuit Business Education*, 4, 25-35.
- Camacho Laraña, I. (2013). Matías García Gómez S.I. (1929-2013) and *Fomento Social* (1st part: 1962-1968). *Revista de Fomento Social*, 271, 233-274.

- Camacho Laraña, I. (2004). La responsabilidad social de la empresa: un proceso abierto. *Revista de Fomento Social*, 233, 75-98.
- Camacho Laraña, I., Fernández Fernández, J. L., & Miralles Massanés, J. (2002). *Ética de la empresa*. Bilbao: Disclée De Brouwer.
- Camacho Laraña, I. (1996). *Javier Gorosquita: Ética de la empresa. Teoría y casos prácticos*. Bilbao: Mensajero.
- Cortina Orts, A. (1994). *Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial. Prologo José Luis L. Aranguren*. Madrid: Trotta.
- Cortina Orts, A. (2012). La responsabilidad social corporativa y le ética empresarial. En Galán, J. I., & Sáenz de Miera, A. (Eds.), *Reflexiones sobre la responsabilidad social corporativa en el siglo XXI* (pp. 69-87). Salamanca: Universidad de Salamanca.
- de Woot, P. (2013). *Spirituality and business. A Christian viewpoint. An open letter to Christian leaders in times of urgency*. Leeds: GSE Research.
- Etxeberria, X. (1998). *Ética básica*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Fernández Fernández, J. L. (2013). Mark D. White: Kantian Ethics and Economics: Autonomy, Dignity, and Character. *Ethical Perspectives*, 20, 519-523.
- Fernández Fernández, J. L., & Caínzos, J. M. (2004). *Finanzas y ética. La dimensión moral de la actividad financiera y el gobierno corporativo*. Madrid: Universidad Pontificia de Comillas.
- Fernández Fernández, J. L. (1995). Responsabilidad moral y liderazgo ético «en» y «de» la empresa. *Razón y Fe*, 231, 495-507.
- Fernández Fernández, J. L. (1992), ¿Ética empresarial? *Razón y Fe*, 226, 27-43.
- García Echevarría, S. (1990). *La ética en las instituciones económicas y sociales. Contribución de la doctrina social de la Iglesia*. Alcalca de Henares: Universidad de Alcalca de Henares.
- García Marzá, D. (2004). *Ética empresarial. Del diálogo a la confianza*. Madrid: Trotta.
- García Marzá, D. (2007). Responsabilidad social de la empresa: una aproximación desde la ética empresarial, *Veritas. Revista de filosofía y teología*, 17, 183-204.
- García Marzá, D. (2012). Kant's Principle of Publicity, *Kant-Studien. Philosophische Zeitschrift der Kant-Gesellschaft*, 103, 96-113.
- Gil Coria, E. et al. (2002). *La pedagogía de los jesuitas, ayer y hoy*. Madrid: Universidad Pontificia de Comillas.

- Gorosquieta Reyes, J. (1999). *Ética de la Empresa. Teoría y casos prácticos*. Bilbao: Mensajero.
- Gorosquieta Reyes, J. (1995). Adela Cortina: *Ética de la empresa. Razón y Fe*, 232, 118.
- Gorosquieta Reyes, J. (1978). *Deontología para empresarios*. Bilbao: Mensajero.
- Grabner-Kräuter, S. (1998). *Die Ethisierung des Unternehmens. Ein Beitrag zum wirtschaftsethischen Diskurs*. Wiesbaden. Springer.
- Gravel, N. (2012). Mark D. White: Kantian Ethics and Economics: Autonomy, Dignity, and Character. Stanford University Press. *Erasmus Journal for Philosophy and Economics*, 5, 112-120.
- Habermas, J. (1981). *Theorie des kommunikativen Handelns, Band 1: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung; Band 2: Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft*, Francfort del Meno: Suhrkamp.
- Habermas, J. (1987/88). *Teoría de la acción comunicativa, Tomo 1: Racionalidad de la acción y racionalización social*. Madrid: Taurus.
- Hermann, F. (1937). *Lohnproblem und Wirtschaftsethik. Die Beziehung zwischen «moderner Theorie» und katholischer Wirtschaftsethik dargestellt am Lohnproblem*. Freiburg: Universität Freiburg - Staatswissenschaftliche Dissertation.
- von Hildebrand, D. (1931). *Das katholische Berufsethos*. Augsburg: Haas & Grabherr.
- Immerthal, L. (2007). *Der Unternehmer. Zum Wandel von Ethos und Strategie des Unternehmertums im Ausgang der Moderne*. München: Fink.
- International Commission on the Apostolate of Jesuit Education (ICAJE). Go Forth and Teach: Characteristics of Jesuit Education (1986) – Appendix A. En Duminuco, V. J. (Ed.), *The Jesuit Ratio Studiorum of 1599: 400th Anniversary Perspectives* (pp. 161-230). New York: Fordham University Press.
- Jesuit Secondary Education Association (JSEA). Ignatian Pedagogy: A Practical Approach (1993) – Appendix B. En Duminuco, V. J. (Ed.), *The Jesuit Ratio Studiorum of 1599: 400th Anniversary Perspectives* (pp. 231-294). New York: Fordham University Press.
- Kant, I. (2013). *La paz perpetua, Trad. y nuevo estudio preliminary Joaquín Abellan. Presentación de Antonio Truyol y Serra*. Madrid: Tecnos.
- Kitchenham, A. (2008). The Evolution of John Mezirow's Transformative Learning Theory. *Journal of Transformative Education*, 6, 104-123.

- Kruij, G. (1990). Gibt es eine befreiungstheologische Wirtschaftsethik? Beispiele aus der katholischen Kirche Mexikos. *Jahrbuch für christliche Sozialwissenschaften*, 31, 156-178.
- Kuttner, A. (2015). *Ökonomisches Denken und Ethisches Handeln. Ideengeschichtliche Aporien der Wirtschaftsethik*. Wiesbaden: Springer.
- Lowney, C. (2003). *Heroic Leadership*. Chicago: Loyola Press.
- Mellahi, K., & Wood, G. (2003). *The Ethical Business. Challenges and Controversies*. New York: Palgrave.
- Mezirow, J. (1991). *Transformative Dimensions of Adult Learning*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Moberg, D. J., & Calkins, M. (2001), Reflection in Business Ethics: Insights from St. Ignatius' «Spiritual Exercises». *Journal of Business Ethics*, 33, 257-270.
- Montero, F., & Louzao J. (2015). *La restauración social católica en el primer franquismo, 1939-1953*. Madrid: Universidad de Alcalá.
- Morris, T. (1997). *Si Aristóteles dirigiera General Motors. Un Nuevo enfoque ético de la vida empresarial*. Barcelona: Planeta.
- Muller, A. (1964). *La moral y la vida de los negocios*. Trad. Antonio Arza Arteaga SJ. Bilbao: El Mensajero del Corazon de Jesus.
- Nell-Breuning, O. von (1928). *Grundzüge der Börsenmoral*. Freiburg: Herder.
- O'Toole, J. (1995). *Leading Change: The Argument for Values-Based Leadership*. New York: Ballentine Books.
- Palazzo, B. (2000). *Interkulturelle Unternehmensethik. Deutsche und amerikanische Modelle im Vergleich*. Wiesbaden: Gabler.
- Pérez López, J. A. (1998). *Liderazgo y ética en la dirección de empresas. La nueva empresa del siglo XXI*. Bilbao: Deusto.
- Porth, S. J., Van Hise, J. L., & Buller, Paul F. (2013), Editorial: A Distinctively Jesuit Business Education: Will you know it when you see it? *Journal of Jesuit Business Education*, 4, iii-ix.
- Sánchez Gil, M. (1961). *Deontología de ingenieros y directivos de empresa*. Bilbao: Aguilar.
- Sánchez Gil, M. (1964). *Concepto económico de empresa. Ensayo de crítica y síntesis*. Madrid: Editorial Bibliografía Española.
- Savater, F. (2014). *Ética para empresas*. Barcelona: Conecta.

- Segura Sánchez, J. (1999). Una nota sobre la historia de la introducción y asimilación del análisis microeconómico moderno en España. En Fuentes Quintana, E. (Ed.), *Economía y economistas españoles. Vol. 7 - La consolidación académica de la economía* (pp. 385-407). Madrid: Galaxia Gutenberg.
- Seipel, I. (1907). *Die wirtschaftsethischen Lehren der Kirchenväter*. Vienna: Mayer.
- Solomon, R. C. (2000). *Nuevas reflexiones acerca de las organizaciones de negocios. El éxito en la integridad de las personas*. Oxford: University Press.
- Sprute, J. (2008). *Filosofía política de Kant*. Madrid: Tecnos.
- Tobon Londono, F. (2000). Ignatian spirituality in jesuit business schools. *Review of Ignatian Spirituality*, 95, pp. 41-54.
- Ulrich, P. (1986). *Transformation der ökonomischen Vernunft: Fortschrittsperspektiven der modernen Industriegesellschaft*. Bern: Haupt.
- Ulrich, P. (2008). *Integrative Wirtschaftsethik: Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie*. Bern: Haupt.
- Van Hise, J. (2013). Transformative Education: Using Ignatian Pedagogy to Teach Business Ethics. *Jesuit Higher Education*, 2, 110-126.
- Van Hise, J., & Massey, D. W. (2010). Applying the Ignatian Pedagogical Paradigm to the Creation of an Accounting Ethics Course. *Journal of Business Ethics*, 96, pp. 453-465.
- Velasquez, M., & Brady, N. F. (1997). Natural Law and Business Ethics. *Business Ethics Quarterly*, 7 (Special Issue: Western Religious Approaches to Business Ethics), 83-107.
- Villa Sánchez, A., & Lemke Duque, C. A. (2016). El «paradigma Ledesma-Kolvenbach». Origen y concreción en el ámbito universitario. *Arbor*, 192.782, a358.
- von Felden, H. (2014). Transformationen in Lern- und Bildungsprozessen und Transitionen in Übergängen. En von Felden, H., Schäffter, O., & Schicke, H. (Eds.), *Denken in Übergängen: Weiterbildung in transitorischen Lebenslagen* (pp. 61-84). Wiesbaden: Springer.
- von Klemperer, K. (2007). *Ignaz Seipel. Christian Statesman in a Time of Crisis*. Princeton, N.J.: University Press.
- Weber, M. (1991). *Die Wirtschaftsethik der Weltreligionen, Studienausgabe Band 19: Konfuzianismus und Taoismus*. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Weber, M. (2007). *La política como profesión*. Trad., notas introducción y glosario Joaquín Abellan. Madrid: Biblioteca Nueva.

página intencionadamente en blanco / page intentionally blank