

Por Qué los Empresarios necesitan Filosofía


Guía del capitalista a las ideas presentadas en
La Rebelión de Atlas, de Ayn Rand



* * *

Por Leonard Peikoff, ensayo publicado en el libro
“*Por qué los Empresarios necesitan Filosofía*”, páginas 4-17

Traducido y editado por *Objetivismo.org* con permiso del autor

 Objetivismo Internacional

“¡Estamos en los últimos segundos del partido! ¡El penalty definitivo...! Si lo marcamos, ganamos la Copa. La pelota ya está en el punto de penalty. El artillero se prepara. . . dispara. . . ¡Gol! ¡Goooooooool...! ¡La selección nacional ha ganado en los penalties por 5 a 4! ¡Somos campeones...!” Los espectadores gritan, el estruendo es ensordecedor. De repente, el silencio.

El público recuerda que hoy es el inicio de una nueva política: la moralidad en el deporte. Es una política que fue concebida en las más famosas universidades del mundo, apoyada por los principales medios de comunicación, y votada ley por mayoría absoluta en todos los países del mundo.

La voz del comentarista resuena de nuevo: “¡El partido de hoy es una gran victoria para el equipo visitante! Sí, como oís. Está mal que los atletas estén obsesionados por competir, por ganar dinero, por su placer personal. Ya no tendremos más eso de ‘que gane el mejor’ en el campo, ni más materialismo, ¡ni más egoísmo! Las nuevas reglas del juego consisten en sacrificarse: hay que poner al otro equipo por delante del tuyo, ¡es mejor dar que recibir! Por lo tanto, la selección nacional pierde. La condición para poder jugar hoy fue estar de acuerdo en renunciar a su victoria en favor de los visitantes. Como todos sabemos, los visitantes necesitan desesperadamente una victoria, y sus hinchas también. A partir de ahora lo que cuenta es la necesidad. La necesidad, no la habilidad de delanteros o defensas; la debilidad, no la fuerza; ayudar a los desafortunados, no recompensar a quienes ya son poderosos...”

Nadie abuchea – ciertamente, lo que están oyendo es muy parecido a lo que siempre han oído en la iglesia – pero nadie ovaciona tampoco. “El fútbol nunca será igual”, le dice un hombre a su hijo. Los dos miran al suelo y se encogen de hombros. “¿Qué le está pasando al mundo?” pregunta el niño.

Por qué los empresarios necesitan filosofía

La idea básica detrás de esta fantasía – la idea de que el sacrificio es la esencia de la virtud – no es fantasía. Está a todo nuestro alrededor, aunque aún no haya llegado al deporte del fútbol. Nadie defiende más el egoísmo: ni los conservadores ni los liberales; ni los religiosos ni los ateos; ni los de derechas ni los de izquierdas.

Los hombres blancos, por ejemplo, no deberían ser tan “avariciosos”, oímos decir con frecuencia; deberían sacrificarse más por las mujeres y por las minorías de color. Tanto los patronos como sus empleados son inhumanos; dedican sus energías a preocuparse por su propio futuro, intentando enriquecerse, cuando deberían preocuparse por servir a sus clientes. Los americanos y los europeos son demasiado ricos, nos dicen; deberían transferirles parte de su abundancia a los pobres, tanto en casa como en el extranjero.

Si una persona pobre encuentra un trabajo y se eleva hasta el punto de poder comprar su propio seguro de salud, por ejemplo, eso no es un logro moral, nos dicen: está siendo egoísta, simplemente queriendo mejorar su situación y la de su familia. Pero si esa misma persona recibe atención médica gratuita del Estado, usando una tarjeta de crédito o de una ley hecha por el político de turno, eso es algo idealista y noble. ¿Por qué? Porque hay un sacrificio de por medio: un sacrificio que consiste en extorsionar a empresarios y médicos, un sacrificio extraído por medio de una soga de nuevas normativas alrededor de sus cuellos.

Si un país entra en guerra para defender sus intereses nacionales como hizo Estados Unidos en la Guerra del Golfo, nos dicen que esa guerra es mala porque es egoísta. Pero si ese mismo país invade alguna pocilga extranjera sin ningún motivo egoísta, sin que haya ningún interés nacional en juego, como en Bosnia, Somalia o Haití, entonces oímos elogios por parte de los intelectuales. ¿Por qué? Porque estamos siendo altruistas desinteresados.

La Declaración de Independencia de los Estados Unidos de América declara que todos los hombres tienen un derecho inalienable a “la vida, la libertad y la búsqueda de la felicidad”. ¿Qué significa “la búsqueda de la felicidad”? Jefferson no dice que tú tienes obligación de buscar el placer de tu vecino o el bienestar colectivo de tu país, y menos de satisfacer las aspiraciones de los bosnios. Lo que sostiene es un principio egoísta: cada hombre tiene el derecho a vivir por sí mismo, por su propio interés personal, por su propia felicidad. No dice: atropella sin contemplaciones a los demás, o: viola sus derechos. Pero sí dice: persigue tus propios objetivos de forma independiente, con tu propio trabajo, y respeta el derecho de todos los demás individuos a hacer lo mismo.

En esencia, los Estados Unidos fueron concebidos por egoístas. Los Padres Fundadores tuvieron la visión de un país basado en el egoísmo y la búsqueda del beneficio, una nación del hombre hecho a sí mismo (del “self-made man”), del individuo, del ego, del “yo”. Hoy, sin embargo, oímos por todas partes las ideas opuestas.

¿Quiénes son las mayores víctimas de la actitud actual? ¿Quiénes son los hombres más denunciados y vilipendiados en el país? Sois vosotros. Vosotros, los empresarios. Y cuanto mayores y mejores seáis, peor sois moralmente, según el consenso actual. Os denuncian por un pecado: el de ser la personificación del egoísmo.

De hecho, en realidad sí sois egoístas. Sois egoístas en el sentido más noble, que es inherente en la naturaleza misma de los negocios: tratáis de obtener un beneficio, el mayor beneficio posible, vendiendo al precio más alto que el mercado soporte, mientras compráis al precio más bajo que podéis. Tratáis de ganar dinero – cantidades enormes de dinero, cuanto más, mejor – en parte (una pequeña parte) para gastarlo en lujos personales, pero en su mayor parte para volver a invertirlo en vuestro negocio, para que crezca todavía más y así podáis obtener beneficios aún mayores.

Como empresario, consigues tu beneficio siendo lo mejor que puedes ser en tu trabajo, es decir, creando los bienes y servicios que tus clientes quieren. No te beneficias por fraude o por robo, sino produciendo riqueza e intercambiándola con otros. Beneficias a otras personas – a la llamada “comunidad” – pero eso es una consecuencia secundaria de tu acción. No es ni puede ser tu objetivo ni tu motivo principal.

El gran empresario, el brillante hombre de negocios, es como un gran músico, o como un gran hombre en cualquier otra esfera de actividad. El compositor se centra en crear su música; su objetivo es expresar sus ideas en forma musical, en la forma específica con la que consigue más gratificación y le llena más a él mismo. Si el público disfruta de su concierto, por supuesto que se alegra – no hay discordancia entre él y sus oyentes – pero sus oyentes no son su principal objetivo. Su vida es el ejercicio de su poder creativo para lograr su propia satisfacción egoísta. Si no fuese así, no podría funcionar o componer. Si no estuviera motivado por una pasión poderosa,

personal y egoísta, no podía exprimir de sí mismo la energía, el esfuerzo, el tiempo y el trabajo necesarios; no aguantaría las frustraciones diarias del proceso creativo. Eso es verdad de cualquier hombre creativo. También es verdad de tu negocio en la medida en que tienes éxito, es decir, en la medida en que eres creativo en organizar, gestionar, administrar, planificar a largo plazo, y en el resultado de todo ello: en producir.

Para un hombre creativo, su negocio es su vida. Su vida no son los resultados sociales de su trabajo, sino el trabajo mismo, literalmente: el pensamiento, los diseños, las decisiones, los tratos comerciales, la acción. La creatividad es inherentemente egoísta; la productividad es inherentemente egoísta.

Lo contrario del egoísmo es el altruismo. Altruismo no significa bondad hacia los demás ni respeto por sus derechos (los cuales son perfectamente posibles para los hombres egoístas, y desde luego algo muy común en ellos). Altruismo es un término que fue acuñado por el filósofo francés del siglo XIX Auguste Comte, quien lo basó en la raíz latina “alter”, que significa “otro”. Literalmente, el término significa: “otro-ismo”. Según la definición de Comte, y desde entonces, significa: “poner a los demás por delante de uno mismo como regla básica de la vida”. Eso significa: no el ayudarle a otro de vez en cuando, si se lo merece y si puedes permitirte, sino el vivir incondicionalmente para otros: vivir por otros y, sobre todo, sacrificarte por ellos; sacrificar tus propios intereses, tus propios placeres, tus propios valores.

¿Qué pasaría con un negocio si realmente fuese manejado por un altruista? Sería una persona que no sabe nada sobre creatividad o lo que ella implica. Lo único que le dice su credo es: “Abandona. Dalo todo y entrégalo; dáselo todo a los demás”. ¿Qué es lo que iría de dar? Lo que encuentre por ahí, cualquier cosa a la que tenga acceso; cualquier cosa que otra persona haya creado.

O un hombre se preocupa por el proceso de producción, o no lo hace. Si se preocupa por el proceso, ese debe ser el principal foco de su atención; no los beneficiarios del proceso, sino el pleno desarrollo personal inherente en su propia actividad productiva. Si él no se enfoca en eso, entonces será incapaz de producir.

Si el bienestar de los demás fuese tu principal objetivo, entonces tendrías que dismantelar tu negocio. Por ejemplo, tendrías que contratar a trabajadores que necesitan trabajo, independientemente de lo competentes que sean o de si contribuyen a tus beneficios o no. ¿Y para qué preocuparte de los beneficios, en cualquier caso? Siendo altruista, quieres sacrificarte a ti mismo y a tu negocio, y esos trabajadores necesitan trabajo. Por otro lado, ¿por qué cobrarles a los clientes el mayor precio que puedas conseguir? ¿No es eso ser egoísta? Y ¿qué pasa si tus clientes necesitan desesperadamente el producto? ¿Por qué no simplemente regalarles los bienes y servicios conforme los necesiten? Un altruista dirigiendo una empresa como un proyecto de trabajo social sería un destructor; aunque no por mucho tiempo, porque no tardaría en irse a la quiebra. ¿Visualizas a Steve Jobs gerenciando a Apple? ¿Y tú, habrías prosperado si la Madre Teresa fuese la Gerente General de tu empresa?

Muchos empresarios admiten que son egoístas, pero se sienten culpables por ello y tratan de apaciguar a sus críticos. Esos hombres de negocios, en sus discursos y anuncios, normalmente proclaman que en el fondo son desinteresados, que su única preocupación es el bienestar de sus

trabajadores, de sus clientes y de sus accionistas, especialmente de las viudas y de los huérfanos que hay entre ellos. Su propio beneficio, dicen, no es realmente muy grande, y el año que viene, prometen, regalarán una parte aún mayor del mismo. Nadie se cree nada de esto, y esos empresarios no parecen más que lo que son: unos hipócritas. De una forma u otra, todo el mundo sabe que esos empresarios están negando la esencia y el propósito de su trabajo. Ese tipo de relaciones públicas destruye cualquier imagen positiva de puedan tener los negocios en la mente del público. Si vosotros mismos, a través de vuestra actitud apaciguadora, maldecís vuestros verdaderos motivos y vuestra verdadera actividad, ¿por qué tendría otra persona que hacerlo de forma diferente?

Algunos podéis decirme: “Pero yo en el fondo soy un altruista. Yo vivo para un propósito superior. No me preocupo excesivamente de mí mismo ni de mi familia. En realidad lo que quiero principalmente es servir a los necesitados”. Esa es una posible motivación humana; una motivación vergonzosa, pero posible. Si esa es tu motivación, sin embargo, no serás un exitoso hombre de negocios, no por mucho tiempo. ¿Por qué es vergonzosa? Voy a responder preguntándoles a los altruistas de entre vosotros: ¿Por qué tenéis una autoestima tan baja? ¿Por qué no merecéis tú y tus seres queridos ser los beneficiarios de tus esfuerzos? ¿Es que estás excluido de la Declaración de Independencia por el mero hecho de ser un empresario? ¿Es que un productor no tiene derecho a la felicidad? ¿Es que el éxito te convierte en un esclavo?

Uno no espera que sus trabajadores digan: “No nos preocupamos por nosotros mismos; somos simplemente siervos del público y de nuestros jefes”. De hecho, los trabajadores dicen exactamente lo contrario. Tus trabajadores se ponen en pie para decir orgullosamente: “Trabajamos duro para ganarnos la vida. Nos merecemos una recompensa, y ¡maldita sea, por supuesto que esperamos conseguirla!” Date cuenta que el país respeta a esos trabajadores y su actitud. ¿Por qué, entonces, los empresarios deben ser considerados siervos? ¿No eres tú tan bueno como el resto de la humanidad? ¿Por qué has de ser tú el único que dedique su precioso tiempo a sudar desinteresadamente por una recompensa que luego tienes que darle a otra persona? Los mejores de entre vosotros no creen esas ridiculeces altruistas. Pero, sin embargo, has sido desarmado por ellas desde hace mucho tiempo. Porque eres la víctima de un poder crucial contra el cual eres impotente. Ese poder es la filosofía.

Lo que nos lleva a la pregunta de por qué los empresarios necesitan filosofía.

El tema con el que comenzamos – el egoísmo contra el altruismo – es un tema filosófico, un tema moral, o ético. Una de las importantes cuestiones de la ética es: ¿Debe un hombre vivir para sí mismo, o debe sacrificarse por algo que no sea él mismo? En la época medieval, por ejemplo, los filósofos mantenían que el egoísmo era malvado, que los hombres debían sacrificarse por Dios. En esa época no existía la posibilidad de un tener un sistema institucionalizado de negocios que buscasen el beneficio. Para los medievales, los negocios habrían supuesto una pura maldad.

Esta filosofía fue cambiando gradualmente, a través de los siglos, y culminó con la visión de Jefferson, quien abogó por la búsqueda egoísta de la propia felicidad. Él tomó esa idea de John Locke, quien a su vez la había tomado, en última instancia, de Aristóteles, el verdadero padre del egoísmo en ética. La defensa que hizo Jefferson del derecho a la felicidad hizo posible la fundación de los Estados Unidos y de un sistema capitalista. Desde el siglo XVIII, sin embargo,

el péndulo filosófico ha oscilado de un extremo a otro, hasta volver a la época medieval. Hoy día, una vez más, el sacrificio es alabado como el ideal moral.

¿Por qué debe interesarte esa historia de la filosofía? Como hombre práctico que eres, debe interesarte porque es una cuestión de vida o muerte. Se trata de un simple silogismo. Premisa 1: Los empresarios son egoístas; eso lo sabe todo el mundo, aunque oigas negarlo o rechazarlo. Premisa 2: El egoísmo es malvado, lo que casi todo el mundo hoy, incluyendo los apaciguadores entre vosotros, piensa que es auto-evidente. La ineludible conclusión: Los empresarios son malvados. Si eso es así, sois los chivos expiatorios perfectos para que los intelectuales de todo tipo os culpen por cualquier mal o injusticia que ocurra, sea real o inventado.

Si piensas que esto es sólo una teoría, mira a la realidad – a la cultura actual – y observa lo que el país piensa de los negocios hoy en día. Las películas populares nos proporcionan una buena indicación. No te molestes con el tipo de películas obviamente de izquierdas como *Wall Street*, producto de radicales declarados y de grupos que odian los negocios. Considera más bien esa película tan popular de Tim Allen, *The Santa Clause* [La “cláusula” de Santa Claus]. Es una simple fantasía sobre niños que esperan que Santa Claus les traiga regalos; fue una película de temporada para familias, que no proclamaba ideas abstractas o filosofía, el tipo de película que expresaba sólo emociones seguras, no polémicas y evidentes. A mitad de la película, sin ningún objetivo relacionado en absoluto con la trama, la historia deja que Santa Claus muestre a dos “empresarios de verdad”: son fabricantes de juguetes que están alegremente tramando estafar a los niños del país con productos de inferior calidad (supuestamente, para obtener mayores ganancias con ello). Después de eso los personajes desaparecen para nunca más volver a aparecer. Es algo puramente para “usar y tirar”, y el público se burla con desprecio aprobándolo, como si no existiera controversia en ese punto. (“Todo el mundo sabe que así es como son los empresarios”).

Imagina el clamor nacional si cualquier otra minoría – y vosotros sois una minoría muy pequeña – hubiese sido tratada de esa forma. Si una escena “rapidita” fuese insertada en una película mostrando que las hembras – o los gays, o los negros – son unas estafadoras, la película sería denunciada, reeditada, desinfectada, y habría tenido que pedir perdón y ser retirada de los cines. Pero ¿los empresarios? ¿Los que ganan dinero y buscan beneficio? En lo que respecta a ellos, todo vale, porque son malvados, o sea, egoístas. Son los “cerdos”, los “ladrones”, los “villanos”, ¡todo el mundo lo sabe! Por cierto, por lo visto, ningún empresario o grupo de empresarios protestó contra esa película.

Hay cientos de películas de ese tipo, y aún más libros, programas de televisión, sermones y conferencias en la universidad, todos expresando las mismas ideas. ¿Esas ideas son sólo hablar por hablar, sin consecuencias prácticas para ti y tus balances? La principal consecuencia es esta: una vez que has sido despojado de tu prestigio moral, eres presa fácil. No importa lo que hagas o lo bien que actúes, serás acusado de las maldades más escandalosas. El que las acusaciones sean verdaderas o falsas es irrelevante. Si eres esencialmente malvado, como le han enseñado a la gente a creer, entonces cualquier acusación contra ti es posible: la gente piensa que eres capaz de cualquier cosa.

Si es así, entonces los políticos pueden entrar en escena Pueden culparte de cualquier cosa, y pasar leyes para controlarte y expropiarte. A fin de cuentas, piensan todos, debes haber obtenido

tu dinero deshonestamente; ¡eres un empresario! Las leyes antimonopolio son un ejemplo elocuente de este proceso en acción. Si un funcionario en Washington o en cualquier otra capital decide que tus precios son “demasiado altos”, por ejemplo, eso debe achacarse a que eres un “monopolista”: tu negocio, por lo tanto, debe ser desmembrado, y tú debes ser multado o encarcelado. O si el funcionario cree que sus precios son “demasiado bajos”, entonces probablemente eres la encarnación de una “competencia feroz” y mereces ser castigado. O si tratas de evitar esos dos caminos estableciendo un precio igual al de tus competidores – ni demasiado alto ni demasiado bajo, sino el justo – entonces eso es una “conspiración”. Hagas lo que hagas, eres culpable.

Pase lo que pase hoy día en cualquier lugar, es tu culpa. Algunos críticos muestran a los “sin techo” y le echan la culpa de su pobreza a los codiciosos empresarios privados que explotan al público. Otros, como John Kenneth Galbraith, dicen que los americanos son demasiado ricos y demasiado materialistas, y culpan a los codiciosos empresarios privados que corrompen a las masas inundándolos con anuncios y con mercancías. Los ecologistas afirman que nuestros recursos están desapareciendo y culpan a los empresarios, que derrochan recursos naturales para lucrarse egoístamente. Si un corredor de bolsa se atreve a sacarle partido a lo que estudiado durante toda su vida y a aprovechar los contactos que tiene en su industria, le culpan de “abusar de información privilegiada”. Si la discriminación racial es un problema, los empresarios deben pagar por ello contratando a trabajadores pertenecientes a minorías, estén cualificados o no. Si el acoso sexual es un problema, los empresarios son los malos; seguro que deben estar acariciando a sus pisoteados empleados y secretarias mientras salen del banco para ir a estafar a viudas pobres y a huérfanos. La letanía es inequívoca: si alguien tiene algún problema de cualquier tipo, se le echa la culpa al empresario, aunque sea un cliente que se quema con su café a muchos kilómetros de distancia del establecimiento del vendedor. Por definición, los empresarios tienen responsabilidad ilimitada. Son culpables de todos los crímenes imaginables, porque son culpables del peor y más bajo de los crímenes: el egoísmo.

El resultado es una corriente interminable de repercusiones políticas: más leyes, más controles, más regulaciones, más crímenes imputados, más multas, más demandas judiciales, más ministerios, más impuestos, más necesidad de inclinarse ante los políticos de turno en Washington, Madrid o Buenos Aires pidiendo favores simplemente para poder sobrevivir. Todo eso significa: la metódica y progresiva esclavitud de los negocios.

Ningún otro grupo en el mundo aguantaría o toleraría tamaña injusticia, ni los fontaneros ni los filósofos, ni siquiera los bosnios o los chechenos. Cualquier otro grupo, indignado, haría valer sus derechos – reales o supuestos – y exigiría justicia. Los empresarios, sin embargo, no lo hacen. Están desarmados porque saben que la acusación de egoísmo es verdadera.

En vez de enorgullecidos de vuestros motivos egoístas y de defenderos, estáis avergonzados, desmoralizados y callados. Eso es lo que la filosofía – una filosofía mala, y concretamente, un código de moralidad malo – ha hecho con vosotros. De la misma forma que ese código destruiría el fútbol, ahora está destruyendo a los Estados Unidos.

Hoy día existe un malvado doble estándar en el sistema de justicia americano. Compara cómo son tratados los delincuentes acusados con cómo son tratados los empresarios acusados. Por ejemplo: si un hombre (como O.J. Simpson) comete un doble asesinato atroz, las multitudes en

todas partes proclaman a los cuatro vientos que es inocente hasta que se demuestre su culpabilidad. Millones acuden en su defensa; él compra a la mitad de los abogados del país y es absuelto de sus crímenes. Mientras que si un empresario inventa un método brillante para financiar proyectos empresariales a través de los llamados bonos basura, convirtiéndose así en un éxito fulgurante sin violar los derechos de nadie, él sí es culpable – culpable por definición, culpable de ser un hombre de negocios – y tiene que pagar multas de millones de dólares, realizar durante años servicio a la comunidad, dejar de trabajar en su profesión elegida, e incluso pasar muchos años en la cárcel.

Si en el proceso de perseguir tus beneficios egoístas realmente perjudicaras al público, entonces los ataques contra ti tendrían alguna justificación. Pero lo contrario es verdad. Tú consigues tus beneficios produciendo y comerciando libremente con tus clientes, de esa forma esparciendo riqueza y beneficios para todo el mundo. (Me estoy refiriendo aquí a los empresarios independientes que realmente producen en un mercado libre, no a los que se alimentan del erario público con subsidios, rescates, aranceles, y monopolios que el gobierno adjudica.)

Consideremos ahora en qué consiste esencialmente el administrar un negocio, y las cualidades de carácter que ello requiere.

Existe una importante división del trabajo que no se enseña en nuestras universidades. Los científicos descubren las leyes de la naturaleza. Los ingenieros e inventores aplican esas leyes al desarrollo de ideas para nuevos productos. Los obreros trabajan para producir esos bienes si se les da un sueldo y una tarea que hacer, es decir, un plan de acción y un objetivo productivo que oriente su trabajo. Todas esas personas y profesiones son esenciales para la economía. Pero no son suficientes. Si lo único que tuviésemos fuese conocimiento científico, ideas no probadas para nuevos productos y trabajo físico sin rumbo, nos moriríamos de hambre.

El elemento indispensable aquí – la “bujía” crucial que enciende y logra lo mejor de cada uno de esos grupos, transformando riqueza que es mero potencial en la abundancia de una sociedad industrial moderna – es la empresa.

Los empresarios acumulan capital a través de la producción y el ahorro. Ellos deciden en qué futuros productos invertir sus ahorros. Ellos tienen la crucial tarea de integrar los recursos naturales, los descubrimientos humanos y el trabajo físico. Tienen que organizar, financiar y administrar el proceso productivo, o elegir, entrenar y supervisar a hombres competentes para que lo hagan. Esas son las decisiones y las acciones rigurosas y cargadas de riesgo de las que la abundancia y la prosperidad dependen. El beneficio representa el éxito en lo que respecta a esas decisiones y acciones. La pérdida representa el fracaso. Filosóficamente, por lo tanto, el beneficio es devengado por una virtud moral, por la virtud moral más alta. Es el pago por el pensamiento, la iniciativa, la visión de largo alcance, el valor y la eficacia de los principales motores de la economía: los empresarios.

Tu virtud le confiere bendiciones a todos los segmentos de la sociedad. Al crear mercados de masas, estás haciendo nuevos productos disponibles a todos los niveles de ingresos. Al organizar empresas productivas, estás creando empleo para personas en innumerables campos de actividad. Al usar maquinaria, estás aumentando la productividad del trabajo, aumentando así la retribución y las recompensas del trabajador. El empresario, citando a Ayn Rand,

“es el gran libertador que, en el breve lapso de un siglo y medio, ha liberado a los hombres de la esclavitud a sus necesidades físicas, de las horribles jornadas de dieciocho horas de penoso trabajo físico para poder subsistir, de las hambrunas, de las pestes, del desesperado estancamiento y terror en el que la mayoría de la humanidad vivió durante todos los siglos pre-capitalistas, y en el que continúa viviendo en países no-capitalistas”. (1)

Si los empresarios son tales grandes libertadores, podéis estar seguros de que quienes os critican conocen ese hecho. La verdad es que estáis siendo criticados en parte porque sois los grandes proveedores y liberadores de la humanidad, lo que plantea otro tema fundamental.

El egoísmo no es la única virtud por las que sois condenados por los intelectuales de hoy. Ellos invocan otras dos cuestiones filosóficas, como un garrote con el que condenarte: la realidad y la razón.

Por “realidad” me refiero al universo que nos rodea, al mundo material en que vivimos y que vemos con nuestros sentidos: la tierra, los planetas, las galaxias. Como empresarios, estáis comprometidos con este mundo, no a cualquier otra dimensión que supuestamente lo trasciende. No tienes un negocio para garantizar u ofrecer recompensas sobrenaturales, una dicha en el otro mundo, o el bienestar ecológico de un jardín de rosas en el siglo XXV. Estás persiguiendo valores reales, valores de este mundo, aquí y ahora. Estás produciendo bienes físicos y servicios tangibles. Estás buscando un beneficio monetario, que tienes intención de invertir o de gastar ahora. No estás ofreciéndoles a tus clientes experiencias extra-corporales, paseos en OVNI o la reencarnación, como hace Shirley MacLaine. Les estás ofreciendo verdaderos placeres terrenales; estás haciendo posible productos físicos, servicios racionales y el disfrute real de esta vida.

Esto contradice por completo muchas de las principales escuelas filosóficas. Te pone en conflicto con cualquier tipo de lo sobrenatural, desde los teístas de estilo medieval hasta los espiritualistas y místicos “New Age” de hoy. A toda esta gente le gusta menospreciar esta vida y este mundo en favor de otra existencia no definida, algo en el más allá que se encuentra en el cielo, en el nirvana o en el LSD. Lo llamen como lo llamen, ese otro reino está fuera del alcance de la ciencia y de la lógica.

Si esos fans de lo sobrenatural tuvieran razón, entonces vuestras prioridades como empresarios – vuestras prioridades filosóficas – estarían totalmente equivocadas. Si el mundo material es, como ellos dicen, “bajo, vulgar, grosero e irreal”, entonces también lo sois vosotros, que os dedicáis a él. Sois animales materialistas dedicados a problemas físicos de bajo nivel. Al repartir valores materiales entre los hombres, los estáis corrompiendo y degradando, como dice Galbraith, en vez de verdaderamente liberarlos.

Un hombre de negocios ha de ser mundano y preocuparse por el bienestar físico. Desde las leyes físicas que rigen tu línea de ensamblaje, hasta los datos fríos y duros de tus cuentas financieras, un negocio es una empresa materialista. Esta es otra razón por la que no pudo haber existido un negocio en la época medieval: no sólo el egoísmo, sino también las cosas de este mundo eran consideradas un pecado grave. Esa misma combinación de acusaciones – el egoísmo y el

materialismo – se desata contra vosotros por el equivalente moderno a la mentalidad medieval. La conclusión a la que llegan es la misma: “¡Abajo los negocios!”

La tercera cuestión filosófica es la validez de la razón. La razón es la facultad humana que forma conceptos mediante un proceso de lógica basado en la evidencia de los sentidos: la razón es nuestro medio de adquirir conocimiento de este mundo y de guiar nuestras acciones en él. Por la naturaleza de su campo de acción, los empresarios deben estar comprometidos con la razón, al menos en sus vidas profesionales. Tú no tomas decisiones de negocios consultando hojas de té, la “Red de Amigos Psíquicos”, el Libro del Génesis, o cualquier otro tipo de revelación mística. Si trataras de hacerlo, entonces, te pasaría lo mismo que a todos los jugadores que apuestan basados en la intuición ciega: te arruinarías.

Para tener éxito, los empresarios tienen que ser hombres del intelecto. Mucha gente cree que la riqueza es un producto de factores puramente físicos, tales como recursos naturales y mano de obra. Pero esas dos cosas han sido abundantes durante toda la historia y siguen siéndolo hoy en países afectadas por la pobreza, como India, Rusia y en la mayor parte de África.

La riqueza es antes que nada un producto, no de factores físicos, sino de la mente humana, de la facultad intelectual, de la facultad racional y pensante. Me refiero aquí a la mente no sólo de científicos e ingenieros, sino también a la mente de los hombres y mujeres – los empresarios – que organizan el conocimiento y los recursos para construir empresas industriales. Principalmente, es la razón y la inteligencia de los grandes industrialistas lo que hace posible los generadores eléctricos, los ordenadores, los instrumentos quirúrgicos para realizar operaciones de corazón, y las naves espaciales.

Si quieres triunfar en los negocios, tienes que tomar decisiones usando la lógica. Tienes que lidiar con realidades objetivas, te guste o no. Tu vida está llena de números, de balances, de una eficiencia impecable y de una organización racional. Tienes que ser lógico para tus empleados, para tus clientes y para ti mismo. No puedes dirigir un negocio como un jugador apuesta a los caballos, o como un bobo que se lamenta diciendo: “¿Quién soy yo para saber? Mi mente es impotente. Necesito un mensaje de Dios, o un astrólogo de Nancy Reagan o el alma de Eleanor Roosevelt”. Para dirigir un negocio tienes que *pensar*.

Los proponentes de un reino sobrenatural nunca intentaron probar la existencia de éste a través de la razón. Alegan que ellos tienen medios de conocimiento superiores a la razón, tales como intuición, corazonadas, fe, emociones subjetivas, o “lo que les sale”. La razón es su enemigo, porque es la herramienta que va a revelar su estafa, y por eso la condenan a ella y a los que la defienden como siendo algo frío, analítico, sin sentimientos, como siendo una camisa de fuerza, estrecha, limitada. Según su criterio, cualquiera que se guíe por la razón tiene una mentalidad inferior y sólo sirve para ser gobernado por aquellos dotados de una visión mística superior. Este argumento se originó con Platón en el mundo antiguo y sigue manteniendo su fuerza hoy día. Es otro elemento esencial en la filosofía anti-empresarial.

En resumen, hay tres cuestiones fundamentales centrales a cualquier filosofía, a las que cada persona tiene que responder de una forma u otra: ¿qué existe? ¿cómo lo sabes? y, ¿qué debes hacer? Los Padres Fundadores tenían respuestas a estas preguntas. ¿Qué existe? “Este mundo”, respondieron, “la naturaleza”. (A pesar de creer en Dios, eso era una deslucida copia deísta de la

época medieval. Para los Padres Fundadores, Dios era un simple espectador, que puso al mundo en movimiento pero luego dejó de intervenir en él.) ¿Cómo lo sabían? La razón es “el único oráculo del hombre”, dijeron. ¿Qué debes hacer? “Buscar tu propia felicidad”, dijo Jefferson. El resultado de estas respuestas – es decir, de su filosofía como un todo – fue el capitalismo, la libertad y los derechos individuales. Esto trajo consigo un siglo de paz internacional y el surgimiento de la mentalidad empresarial, que llevó al magnífico crecimiento de la industria y de la prosperidad. Durante los dos siglos siguientes, los enemigos de los Padres Fundadores han dado las respuestas exactamente opuestas a esas tres preguntas. ¿Qué existe? “Otra realidad”, dicen. ¿Cómo lo saben? “Por la fe”. ¿Qué debes hacer? “Sacrificarte por la sociedad”. Esa es la filosofía básica de nuestra cultura, la responsable por el colapso acelerado del capitalismo, y por todos sus síntomas: un gobierno fuera de control que pisotea los derechos individuales, trastornos económicos cada vez mayores, guerras tribales en todo el mundo, terrorismo internacional... y el que los negocios continúen siendo atacados de forma constante y sistemática.

Esa es la decisión filosófica que tienes que tomar. Esas son las cuestiones por las que en última instancia te harán tener éxito o no. Si la filosofía anti-negocios con sus tres ideas centrales continúa dominando este país y extendiéndose, entonces los empresarios como tal desaparecerán, quedarán extinguidos como lo estaban en la Edad Media y en la Rusia soviética. Serán reemplazados por autoridades eclesiásticas o comisarios del gobierno. Tu única esperanza para sobrevivir es combatir esa filosofía adoptando una alternativa racional, de este mundo, egoísta.

Nos han instruido en las universidades modernas para que nunca tomemos una postura firme sobre ningún tema: nos han instado a ser pragmáticos, a estar dispuestos a ceder ante cualquier persona y cualquier cosa. La filosofía y la moralidad, sin embargo, no funcionan por medio de concesiones. Así como un cuerpo sano no puede hacerle concesiones al veneno, tampoco un hombre de bien puede transigir con ideas malvadas. En tal esquema, una filosofía malvada, igual que hace el veneno, siempre gana. El bien sólo puede ganar si es consistente. Si no lo es, entonces al mal le son dados los medios para que gane todo el tiempo.

Por ejemplo, si un ladrón irrumpe en tu casa y exige que le des tu vajilla de plata, tienes dos posibles cursos de acción. Podrías tomar una actitud militante: dispararle, o por lo menos llamar a la policía. Eso es ciertamente ser intransigente. La posición que has tomado es “lo que es mío es mío, y no hay nada que negociar al respecto”. O bien, puedes “negociar” con él, tratar de ser conciliador, y persuadirlo para que se lleve sólo la mitad de los cubiertos. Después de lo cual, te relajas, satisfecho con lo que parece un acuerdo exitoso, hasta que él vuelva la semana siguiente exigiendo el resto de tu vajilla, además de tu dinero, tu coche y tu mujer. Al haber aceptado que su demanda arbitraria e injusta le da derecho a parte de tu propiedad, el único asunto a negociar a partir de ahí es: ¿Cuánto? Tarde o temprano se lo llevará todo. Tú hiciste concesiones, él ganó.

El mismo principio se aplica cuando el gobierno pretende expropiar o regular tu propiedad. Si el gobierno lanza una cana al aire diciendo que va a confiscar o controlar toda propiedad industrial que exceda los \$10 millones en nombre del bien común, tienes dos posibles formas de luchar contra eso. Puedes defenderte por principio – en este caso, por los principios de la propiedad privada y de los derechos individuales – y negarte a hacer concesiones; puedes luchar hasta el fin por tus derechos y de hecho hacerlo en tus anuncios, tus discursos y tus notas de prensa. Si estás en Estados Unidos, teniendo en cuenta los mejores elementos del pueblo americano, es posible que de esa forma consigas un apoyo sustancial y derrotes esa medida. El curso alternativo, y por

el que infelizmente las empresas han optado durante décadas, es el de ceder, por ejemplo haciendo un trato admitiendo que el gobierno puede asumir control de New Jersey pero no de New York. Lo que equivale a decir: “Washington no tiene derecho a toda nuestra propiedad, sólo a parte de ella”. Igual que con el ladrón, el gobierno pronto lo tomará todo. Lo has perdido todo lo que tienes desde el momento que dices las palabras fatales: “Voy a hacer concesiones”.

No te aconsejo que violes ninguna ley, pero sí te aconsejo que luches en esta batalla intelectual contra el gran gobierno, como lo hicieron muchos médicos con éxito contra el plan de salud de Clinton [aunque sin éxito, por el momento, contra el plan de Obama]. Te sorprendería saber lo que una buena lucha filosófica puede conseguir para tu imagen pública, y también para tu bolsillo. Por ejemplo, una lucha pública a favor de un impuesto de tasa única, por acabar con los impuestos sobre las ganancias de capital y sobre bienes inmuebles, para privatizar la sanidad pública y eliminar gradualmente todos los subsidios del gobierno. . . todo eso es urgente. Más importante que defender esas políticas, sin embargo, es hacerlo sabiendo que estás en lo cierto, hacerlo convencido de que tu causa es la moralmente correcta, no hacerlo con aires de culpabilidad ni con timidez. Si entiendes los problemas filosóficos que hay en juego, tendrás la oportunidad de hablar de tal manera que puedas ser escuchado.

Este tipo de lucha no es fácil, pero puede ser combatida y ganada. Hace años, una escritora política muy conocida, Isabel Paterson, estaba hablando con un empresario enfurecido por alguna acción del gobierno. Ella le instó a luchar por sus principios. “Estoy de acuerdo contigo completamente”, dijo, “pero no estoy en posición de hacerlo en este momento”. “La única posición que necesitas”, respondió ella, “es la vertical”.

* * *

Nota (1). Ayn Rand, *Para el Nuevo Intelectual*. New York: New American Library, 1961, p. 27

<http://objetivismo.org/>

<https://larebeliondeatlás.org/>

* * *

 Objetivismo Internacional, 2012