

EL HUMANISMO COMO FUNDAMENTO AXIOLÓGICO DE LA GERENCIA AVANZADA. UNA COSMOVISIÓN DESDE EL PENSAMIENTO FILOSÓFICO LEVINASIANO.

*(HUMANISM AS AN AXIOLOGICAL FOUNDATION OF ADVANCED MANAGEMENT. A
COSMOVISION FROM THE LEVINASIAN PHILOSOPHICAL THOUGHT)*

Carolina Evelind Varela Núñez

MSc. Gerencia Educativa. Docente Ordinario del Programa Tinaquillo UNELLEZ. Venezuela.
vncarolina@gmail.com.

Recibido: 25/08/19 **Admitido:** 05/12/19

RESUMEN

El presente artículo tiene como finalidad la de generar un proceso de reflexión sobre el pensamiento filosófico de Emmanuel Levinas y su postura sobre el humanismo como fundamento axiológico de la gerencia avanzada, tomando como bases teóricas la teoría general de los valores y la filosofía del mencionado autor. Para ello se empleó una metodología de investigación documental, de carácter exploratoria; donde se realizó un proceso de revisión de los fundamentos mencionados para generar un proceso de reflexión sobre el humanismo como axiología en la gerencia avanzada. En el mismo se pudo concluir que el gerente debe tener un sistema de valores integral donde no sólo se le proporcione importancia a la dimensión subjetiva sino también lo objetivo como valor de la acción gerencial. Donde el humanismo debe ser el valor central de la gerencia, lo que lo invita al reconocimiento del otro; que en este caso, son los empleados, los clientes, el entorno; como parte importante de su praxis empresarial.

Palabras Claves: Humanismo, Valores, Gerencia

ABSTRAC

The purpose of this article is to generate a process of reflection on the philosophical thinking of Emmanuel Levinas and his position on humanism as the axiological foundation of advanced management, taking as theoretical basis the general theory of values and the philosophy of the mentioned author. For this, a documentary research methodology was used, of an exploratory nature; where a process of revision of the fundamentals mentioned was carried out to generate a process of reflection on humanism as an axiology in advanced management. In it, it was concluded that the manager must have an integral value system where not only importance is attached to the subjective dimension but also the objective as the value of the managerial action. Where humanism must be the central value of management, which invites it to the recognition of the other; that in this case, it is the employees, the customers, the environment; as an important part of your business practice.

Keywords: Humanism, Values, Management

INTRODUCCIÓN

El presente artículo tiene como finalidad generar un proceso de reflexión sobre el pensamiento filosófico de Emmanuel Levinas y su postura sobre el humanismo como fundamento axiológico para la gerencia

avanzada, esto en el marco de la teoría general de los valores. En el mismo, se propone y a partir de las concepciones filosóficas acerca de los valores expuestos tanto por subjetivistas como objetivistas, identificar los aspectos que guardan semejanzas con el pensamiento Levinasiano sobre el humanismo como valor;

para develarlo como fundamento axiológico aplicado a la gerencia en tiempos de complejidad.

La filosofía de los valores, es una de las divisiones de la filosofía contemporánea que estudia lo considerado valioso analizando los principios establecidos para considerar si algo posee valor o no, dependiendo de los fundamentos de tal juicio. Por ello, para hablar de valores se requiere un proceso de revisión sobre la evolución histórica del pensamiento filosófico de muchos autores, dado que este un concepto ha sido centro de discusiones y debates primigeniamente en el ámbito de la filosofía; antes de surgir como fuente axiológica en otras áreas del saber y del conocimiento.

Siendo así, el concepto de valor está íntimamente ligado a la filosofía misma, porque tal y como piensa Ortega citado por Herraiz (2014), “el hombre quiera o no se halla en alguna creencia respecto a las cosas que rodean su existencia; y al hacerlo le asigna algún valor a las mismas” (p.14). Estas creencias se conforman en convicciones y vienen a ser las interpretaciones dadas a las cosas; en la mayoría de los casos esas convicciones las formamos nosotros mismos y en otra medida provienen de creencias compartidas por la interacción social con los otros.

De acuerdo a ello, los valores provenientes de dichas convicciones ético-morales del bien y el mal, se van conformando en el ser humano alimentándose desde los primeros años de vida hasta alcanzar el discernimiento de un pensamiento adulto más complejo, pero siempre van conformándose como producto de nuestra propia reflexión filosófica sobre el mundo que nos rodea y de nuestra interacción con los demás.

De esta forma, tal y como lo afirma Herraiz (ob.cit.), “los valores producto de esas creencias conforman el estrato más profundo de nuestra vida mental” (p.18). Y ello configura el modo de actuar de las personas a lo largo de la vida, es decir, configuran la conducta humana en el desempeño de los diferentes roles ejercidos en la sociedad; incluyendo el ámbito profesional. En este caso, si la Gerencia es ejercida por personas, su praxis estará caracterizada por las concepciones, creencias, valores que cada individuo posea en ese estrato más profundo de su ser; y dependiendo de ese conjunto o sistema de valores que éste tenga se tendrán diferentes resultados.

En este sentido, desde cualquier perspectiva la cuestión sobre los valores cobra una valiosa connotación no sólo en el ámbito de la gerencia, sino en todas las áreas de la vida humana; sobre todo considerando el momento histórico vivido por la sociedad actual. Conforme a esto, el presente artículo persigue revisar en primer

lugar sobre las diferentes posturas filosóficas de la teoría de los valores, para luego analizar el humanismo como fundamento axiológico en la gerencia avanzada desde el pensamiento de Emmanuel Levinas.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

De acuerdo a lo anterior, el propósito general de la presente investigación es analizar el humanismo como fundamento axiológico de la gerencia avanzada desde el pensamiento de Emmanuel Levinas. Para ello, se determinarán los fundamentos filosóficos de la gerencia avanzada hoy día, luego se establecerán los fundamentos de la teoría general de valores en el pensamiento de Emmanuel Levinas y por último se relacionará el humanismo como fundamento axiológico en la gerencia avanzada.

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Como ya se señaló anteriormente, la filosofía de los valores es una rama de la filosofía contemporánea que estudia lo valioso para el hombre y analiza los principios bajo los cuales se juzga si algo lo es o no. Para la autora, Pestaña, (2004) el concepto de axiología “aduce a la teoría del valor” (p.67), parte en principio de la unión de los dos vocablos griegos “axios” (“lo que es valioso o estimable” y logos, “ciencia”); y significa la ciencia de lo valioso. Pero el concepto de valor posee una dimensión amplia debatida desde tiempos

remotos por parte de los filósofos entre las posturas subjetivistas y objetivistas.

Dada la existencia de posturas perfectamente diferenciadas la concepción de los valores adquiere dos significados según la visión del individuo sobre la realidad circundante. Por ello va a depender de la episteme con la que se mire el mundo y sus interacciones. De acuerdo a esto, Sequera (2014), señala:

Desde la perspectiva subjetivista, el idealismo de Inmanuel Kant asume que el valor es, ante todo, una idea, no parte de la razón, depende de las ideas del individuo y por lo tanto no son concretos, en otras palabras su estimación depende de las personas, por lo tanto, va a depender del deseo, agrado o interés de estas. (p. 65).

De acuerdo a esta visión, el valor representa una postura desde la mirada del sujeto; dado que es el individuo quien considera a su juicio lo más valioso para él; en este punto de vista se observa una posición relativa del concepto de valor, siendo el hombre quien le asigna tal valoración desde su estimación. De igual forma, Kant citado por Sequera (2014), afirmaba “podemos sentirnos bien, esto quiere decir, juzgar según nuestra impresión de bienestar vital, pero nunca podemos saber si estamos bien”. Según esto, el juicio de lo que es valioso para Kant va a depender de cada persona.

Por otra parte, para los subjetivistas lo humano es la medida de todas las cosas, lo valioso y lo que no lo es; y de allí se mide la escala de valores, y ésta no se sustenta en la realidad exterior. Así es cómo, la dimensión personal, es un elemento indiscutible del proceso de valoración y la educación de los valores es innegable en las ciencias sociales; porque forma parte del individuo y de su percepción de la realidad. Según Sequera (ob.cit.), “en el subjetivismo, también se considera el empirismo lógico, que establece la verdad o falsedad, cuya conclusión arroja que se tiene que enfocar el estudio de los valores a partir del significado”. (p.49)

En otro sentido, surgen desacuerdos a la corriente subjetivista; por considerar que la misma limitaba la concepción del valor a lo que cada quien conoce, desea o considera; autores como Scheler y Hartmann se opusieron a este enfoque del valor. Para los objetivistas, los valores valen por sí mismos, están en la realidad exterior, valen independientemente de las estimaciones de las personas. Si los mismos, son descubiertos o no por las personas, siempre serán valores. Desde esta visión, surge una jerarquía debido a que sí el valor vale por sí mismo, habrá valores superiores a otros, dependiendo de determinados criterios.

Con respecto a lo objetivo del valor y a su existencia fuera del individuo, Payá (2015), señala que "la ética de Scheler se propone

corregir la ética material centrada en los bienes y fines por una ética material de los valores" (p.29). En efecto, Scheler no admite las ideas de Kant, se opone a las teorías subjetivistas del valor rechazando toda moral basada en los mismos; la existencia de un bien supremo o fin último es contraria a la concepción materialista, sobre todo rechaza el valor como concepto relacionado con la actividad subjetiva del sujeto moral. Refiere el mencionado filósofo, que los valores son independientes de las cosas en que se manifiestan.

En concordancia con lo expuesto, desde la perspectiva de los subjetivistas la cuestión de los valores es limitada a la visión del que los juzga, pero para los objetivistas los mismos existen por sí mismos fuera del individuo; en este sentido, desde la episteme fenomenológica, se reconocen los valores como ideales y perfectos. Lo que en palabras de Rockeach, citado por Sequera (2014):

Los valores son los verdaderos impulsores de la conducta humana, donde se sustituye la actitud por el valor con elementos cognitivos, conductuales y afectivos. Se dice que los valores son descubiertos mediante la experiencia, porque están en la realidad exterior, se encuentran en una esfera especial de las esencias, por esto, no son captados por una intuición racional, sino por una intuición emocional, dado que son aprendidos por percepción afectiva absoluta. (p.66).

En consecuencia, los valores son descubiertos mediante la experiencia, porque están fuera del hombre; en la realidad exterior. Por ello, no son captados por la intuición racional sino por la emocional; dado que son aprendidos por la percepción afectiva. Así mismo, para Sheler, se concibe una verdadera teoría del valor si se construye considerando la tesis de la existencia de una lógica de la razón y también la emocional; es decir, una intuición emocional de las esencias o percepción de los valores por la vía del sentimiento.

De esta forma, el dilema de la sociedad se encuentra en separar los valores objetivos (tangibles), de los subjetivos (intangibles), otorgándole mayor relevancia al conocimiento y a la razón; por encima de la esencia del ser humano social. Cuando en realidad si se unen los dos tendremos una visión ampliada del mundo de los valores del ser humano. En el caso de la gerencia, hoy día, dada la complejidad de ésta tarea en la sociedad actual; realmente se requiere que se conjugue una visión holística de la realidad, donde se les proporcione a todos los actores sociales que integran el sistema integral de la empresa el valor que tiene para la misma en la labor de la gerencia.

De acuerdo a lo planteado, la gerencia requiere revestirse del concepto de humanidad planteado por el filósofo Emmanuel Levinas; quien plantea el humanismo más como valor

que como condición propia del ser humano. En el pensamiento Levinasiano se puede entender que el humanismo del otro, se concibe como el reconocimiento del otro (entendido éste otro en términos de las personas que nos rodean a diario), y asumiendo que tal *proximidad* nos hace *responsables* de la otredad y de sus acciones; para así ejercer la vida dándole importancia (valor) a lo que los otros representan en la propia.

A razón de lo anterior, en el ámbito empresarial o gerencial ese otro se reconoce en los miembros de la organización, los clientes a quienes debemos servir eficientemente y la sociedad donde la misma se encuentra insertada; en tal sentido, el gerente debe responsabilizarse no sólo de los resultados de su acción profesional, sino también está convocado desde el humanismo a comprometerse con todas aquellas personas que de una u otra forma son parte de su praxis. De acuerdo a ello, ser gerente es una decisión nacida desde la voluntad y la vocación de servicio, una condición de misión asumida y cumplida desde la alteridad de Ser para el Otro; adquiriendo su propia identidad desde tal responsabilidad por el valor de ser.

De esta forma, se puede reconocer a la gerencia de hoy día en tiempos de complejidad, requiriéndose la subjetividad expresada en la sensibilidad por la condición de humanidad, en la convicción de que toda acción gerencial está

ligada a la prestación de un servicio a la sociedad. Los otros referidos por Levinas, estarían representados por todos aquellos involucrados de una forma u otra con la gerencia y son parte de las decisiones del gerente; bien sean empleados, clientes, proveedores, entorno. En consecuencia, si estas acciones son tomadas bajo una axiología humanista, se alcanzarán niveles de satisfacción y equilibrio entre las metas de la empresa y el bienestar común.

En concordancia con lo anterior, en ese espacio intersubjetivo trazado por el Yo responsable, denominado por el autor como la condición de proximidad; ello conlleva luego a la responsabilidad y donde se origina una orientación ética en las relaciones con el otro; nos encontramos con una proximidad que no busca entender desde el conocer, ni describir, ni juzgar; sino aproximarnos a las consecuencias de dicha interacción, la afectación que pueda causarse en los otros. Para ello, el gerente debe estar en permanente conciencia de reconocer el inicio, desarrollo y culminación de su labor desde, por y para los otros; de esta forma lograr una dialógica relación para alcanzar mayor beneficio a la organización.

En este sentido, entendiendo que Levinas interpretado por Gimenez (2011), afirmando que “la asimetría ética es la única cosa que es capaz de introducir un poco de humanidad en

el mundo. Su originalidad consiste en mostrar como la ética ratifica una vocación de santidad”. Siendo de esta forma, nos encontramos que la humanidad entera, salvo contadas excepciones, no constituye su propia subjetividad desde los otros; desde la pasividad y la responsabilidad, así como lo plantea el autor en sus fundamentos.

Bajo esta tesis, el valor humanista hace a las empresas exitosas, sólidas, prósperas y sostenibles. De lo contrario, las organizaciones empresariales basadas en una acción gerencial con escala de valores fundamentada en su propia percepción subjetiva de lo bueno o malo, donde empleados, clientes y entorno son lo menos valorado; tendrán resultados adversos y tarde o temprano tienden al fracaso o a la extinción. Es por esta subjetiva concepción de los valores empresariales, que se tienen organizaciones ocupadas sólo de resultados financieros, metas de ventas, bajos costos a costa de baja calidad, ganancias exorbitantes, evasión de impuestos, entre otras prácticas poco éticas con impacto perjudicial para su entorno.

De esta forma, se evitarían conflictos por intereses mezquinos, egocentristas de poder, dinero, ideales. En consecuencia, por una actividad gerencial basada en escasos valores humanistas se ha dañado el planeta con un desarrollo desproporcionado sin importar especie alguna, ni sostenibilidad en el tiempo,

desde la ciencia se han desarrollado amenazas nucleares contra la misma humanidad. Por lo consiguiente, si a la mirada del gerente se le dificulta cambiar de forma de ver y percibir los fenómenos; respondiendo a una visión fragmentada, centrada en el sujeto observador. Se evidenciarán más situaciones como las antes descritas. El humanismo occidental proporciona una percepción desde el Yo que involucra una ética conveniente, condicionada a lo que el individuo desea y no al bien del Otro.

A MODO DE CONCLUSIÓN

En conclusión, Levinas, asume una postura en el sujeto proveniente tradicionalmente de la triada libertad-poder-posesión, la mirada del rostro del Otro lo introduce en una especie de revolución a su identidad ontológica, donde la subjetividad se deriva de la pasividad previa a la acción. Donde la pasividad es voluntaria, anterior a toda libertad y a la relación ética emergida al nivel de la sensibilidad por el otro. Y desde allí, la responsabilidad por el Otro, anterior a la libertad. En consecuencia, desde la visión humanista del autor se puede decir que el mundo empresarial no concuerda realmente con éstos preceptos y las consecuencias de su percepción es el anti humanismo sujeto al Yo (mismo), donde la relación ética es simétrica a los intereses del Yo. Donde al contrario de lo planteado por el autor, el Ser está antes del Bien.

Aunque la propuesta de Levinas tiene sus bases filosóficas en el personalismo francés, influenciado por las corrientes espiritualistas y fenomenológicas; todos coinciden en tratar de comprender la crisis del sentido de lo humano; es de la preocupación del autor y de otros sobre el anti humanismo reinante en el mundo occidental de donde emerge la reinterpretación de éste concepto, es la débil noción de la persona y de la libertad la raíz de donde nacen las barbaries que se han cometido en la historia de la humanidad.

Para Levinas, el plano verdaderamente humano, el de la sociabilidad, es una relación entre seres que respeta la alteridad del otro y reconoce sus derechos. Donde, lo verdaderamente humano es no perder la capacidad de reconocer el sentido de lo humano: la relación ética o intersubjetiva, con el Otro. Aunado a lo anterior, desde la visión del autor, la gerencia debe recuperar el sentido de lo humano, de los valores éticos más allá de los intereses empresariales. Por lo que, no se trata de buscar una paz garantizada por el saber y la razón; sino proclamar una paz distinta desde la simple unidad de lo diverso en la síntesis que lo integra; la paz como relación con el Otro en su alteridad absoluta. Es decir, una gerencia donde el fundamento axiológico que rija la acción gerencial, sea el valor humanista.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Gimenez, A. (2011). Emmanuel Levinas: Humanismo del Rostro. Escritos Medellín/Colombia. Vol. 19. N.43 pp.337-349
- Herraiz, C. (2014). SCIO. Revista de Filosofía, nº 10, Noviembre de 2014, 173-176, ISSN: 1887-9853
- Payá, M. (1997). Educación en Valores para una Sociedad Abierta y Plural: Aproximación Conceptual. Bilbao: Editorial Desclee de Brouwer, S.A.
- Pestaña de M., P. (2004). REICE - Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación, Vol. 2, No. 2 disponible en: <http://www.ice.deusto.es/rinace/reice/vol2n2/Pestana.pdf>
- Sequera T., N. (2014). Subjetividad y Objetividad del Valor. Revista Comunidad y Salud. Vol. 12, Nº 1, Ene-Jun Depósito Legal: pp200202AR1401 ISSN: 1690-3293
- Urabayen, J. (2004). El Humanismo del otro en E. Levinas: El filósofo a la búsqueda del sentido de lo Humano. Comunicación presentada en las I Jornadas de AEP: Itinerarios del Personalismo. UCM, 26-27 de noviembre.