



# ÉTICA DE LA RESPONSABILIDAD Y RACIONALIDAD DE LA PRAXIS. SCHOPENHAUER EN PERSPECTIVA

## Una mirada hacia la responsabilidad social empresarial

ETHICS OF RESPONSIBILITY AND RATIONALITY OF PRAXIS. SCHOPENHAUER IN PERSPECTIVE  
A look at corporate social responsibility

BELISARIO PRATS-PALMA<sup>1</sup>, JOSÉ VICENTE VILLALOBOS-ANTÚNEZ<sup>1Y2</sup>, PEDRO SEVERINO-GONZÁLEZ<sup>3</sup>, FLAVIA  
SEPÚLVEDA DE LA JARA<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universidad del Alba, Chile

<sup>2</sup>Universidad del Zulia, Venezuela

<sup>3</sup>Universidad Católica del Maule, Chile

---

### KEYWORDS

*Ethics of responsibility  
Rationality of praxis  
Moral selfishness  
Solidarity  
Moral conscience  
Business ethics  
Dilemmas for the future*

---

### ABSTRACT

*The concept of ethics of responsibility is approached from a double perspective: from the rationality of the praxis that unfolds the subject seen as an individual, but also from the idea of solidarity necessary to form a philosophical fabric that addresses business ethics in a comprehensive sense. Under the concept of philosophy of praxis, it is interpreted the concept of moral conscience and then addresses the concept of social responsibility as necessary praxis of action. It is concluded from Schopenhauer's ethics that the moral individual must be seen in his social dimension to overcome the difficulties of egoism.*

---

### PALABRAS CLAVE

*Ética de la responsabilidad  
Racionalidad de la praxis  
Egoísmo moral  
Solidaridad  
Conciencia moral  
Ética empresarial  
Dilemas de futuro*

---

### RESUMEN

*Se aborda el concepto de ética de la responsabilidad desde una doble perspectiva: desde la racionalidad de la praxis que despliega el sujeto visto como individuo, pero también desde la idea de la solidaridad necesaria para conformar una trama filosófica que aborde la ética empresarial en un sentido abarcador. Bajo el concepto de filosofía de la praxis, se interpreta el concepto de conciencia moral para luego abordar el concepto de responsabilidad social como praxis necesarias de la acción. Se concluye desde la ética de Schopenhauer que el individuo moral debe ser visto en su dimensión social para sortear las dificultades del egoísmo.*

---

Recibido: 11/ 09 / 2022

Aceptado: 16/ 11 / 2022

## 1. Introducción

En este trabajo se establecen algunas líneas de conexión entre la teoría de la responsabilidad social de las organizaciones, en especial, de las empresas productivas, la ética de la responsabilidad y de la racionalidad implicada, que la filosofía denomina racionalidad de la praxis, y de algunas implicaciones en torno a la filosofía de la responsabilidad extraídas del pensamiento de Arthur Schopenhauer. De este último tomamos como referencia su magna obra, *El mundo como voluntad y representación*, ámbito desde donde podrían proyectarse algunas ideas respecto de la responsabilidad individual que con este trabajo conectamos con la responsabilidad social; aunque sus reflexiones sobre los dos problemas fundamentales de la ética podrían dar algunas luces sobre este tema, no creemos pertinente abordarlas en el presente contexto, por las razones que se dan más adelante, aunque se esbozan algunas ideas al respecto.

La cuestión principal del presente trabajo estriba justamente en la discusión sobre la concepción acerca del sentido de responsabilidad que es traducido desde la acción; toda acción trae consecuencias, y por ello, todo individuo o corporación amerita considerar este sentido del actuar para responder de sus propias acciones. Si el individuo genera consecuencias desde su accionar, como sería por ejemplo, amar o cuidar del débil, o accionar para mejorar las relaciones con el entorno, o para destruirlo, tal como se aprecia de forma contradictoria cada vez con mayor ímpetu e irresponsabilidad; también es cierto que toda organización genera consecuencias desde su accionar como corporación, cuestión que significa lo mismo que decir, genera responsabilidad ante la sociedad por su actuación “voluntaria” y “libre”. De allí que la responsabilidad social empresarial sea un derivado de la responsabilidad individual, en sus sentidos ético, social y jurídico. Por supuesto que esta distinción importa mucho a la hora de realizar el análisis de las consecuencias de las acciones humanas y de las corporaciones, pero en esta oportunidad, solo nos abocamos a la responsabilidad ética y social.

En ese sentido, en primer lugar, en el presente trabajo se abordan los conceptos fundamentales de la responsabilidad social desde la idea de conciencia moral, a partir de lo cual, seguidamente, se aborda el tema de lo que significa la ética de la responsabilidad para acercarnos al sentido de la responsabilidad de las organizaciones; luego se realiza un análisis breve acerca de los contenidos de la racionalidad en cuanto expresión de la praxis humana, para finalmente relacionar el concepto de responsabilidad social con el de responsabilidad individual, con el fin de abordar la ética de la responsabilidad individualista de A. Schopenhauer.

## 2. Conciencia moral y racionalidad de la praxis

Unas de las discusiones más acaloradas que se dieron durante la segunda mitad del siglo XX en el campo de la filosofía de la praxis, fue justamente el referido al análisis de los contenidos de la conciencia y sus vinculaciones con las acciones que son exteriorizadas hacia el mundo de vida (Habermas, 1996); ello, además, significó un gran reto para la filosofía debido justamente al problema que significa conectar la conciencia con las acciones, que es lo que finalmente significa para los autores de este trabajo la racionalidad de la praxis. La filosofía de la conciencia determinó su camino gracias al concepto de autonomía kantiano, pues de ello se valió para enarbolar la idea de sujeto con el sentido que provee el conocimiento para la acción. La cuestión medular del tema entonces es el referido a cómo conectar conciencia y acción, puesto que en Kant esta conciencia se encuentra casi que en estado de suspensión, en la medida en que el sujeto formalmente hablando se apega a un concepto, antes que a la realidad empírica. De allí que la filosofía de la conciencia amerite un “baño” de realidad en la medida en que se piense que no es sino en el campo de las acciones donde se manifiesta la situación ética del sujeto. Ella no se da en el plano de la conciencia, aunque es en ella donde se gesta.

La filosofía de la praxis, entonces, será una especie de atalaya desde donde se eleva la conciencia para manifestarse como realidad; la ética, prevalida de la materialidad de la acción, no puede ser concebida desde nuestra perspectiva como un ideal; antes bien, se concibe como una manifestación firme de la experiencia de las acciones humanas. El punto central de esta idea se encuentra en el hecho mismo de la separación que emprende Kant acerca de conocimiento y acción (Habermas, 1996); es decir, entre juicio y verdad. Una cosa son los juicios acerca de la acción que provienen del conocimiento, y otra es la acción y el conocimiento que se alcanza sobre la verdad del accionar, que en Kant siempre será formal; es decir, *a priori*, pues el conocimiento de la praxis es radicado en la conciencia. Y esto es lo que justamente plantea Habermas (1996, p. 12) al indicar que el problema de Kant es que “separa la capacidad de la razón práctica y del juicio del conocimiento teórico y dota a cada uno de ellos de su propio fundamento”. En otras palabras, una cosa es el conocimiento teórico de la acción, y otra es la acción misma, de los cuales cada uno recibe su estructura fundante en la idea de los juicios *a priori* (Camps, 2017). De esta forma, la conciencia como estructura reguladora también se troca en vigilante de la acción con miras a su autonomía. Cada una es elemento estructural; la conciencia moral será entonces intuición de la acción; y su elemento constitutivo lo estructuran las respuestas por la acción misma, a pesar de la independencia de su fundamentación con el conocimiento teórico, asignándole a la filosofía una función enjuiciadora de la acción en perspectiva de la conciencia en todos los sentidos y roles de la vida humana.

Plantea Habermas (1996), en este sentido, lo siguiente:

De este modo atribuye [se refiere a Kant] a la Filosofía la función de un juez supremo, incluso con respecto al conjunto de la cultura. Como dirá más tarde Max Weber, cuando la Filosofía separa las esferas axiológicas de la ciencia y técnica, el derecho y la moral, el arte y la crítica en función de rasgos formales, al tiempo que las legitima en sus respectivos límites, se comporta como *la instancia judicial suprema* y no solamente frente a las ciencias, sino frente al conjunto de la cultura. (p. 12). (NOTA: cursivas añadidas).

Como puede apreciarse, estamos ante el desdoblamiento de dos esferas del entendimiento, puesto que la conciencia moral se erige como estandarte de las mismas acciones que se llevan a cabo en el mero contexto del mundo de vida, que, aunque no se exprese directamente en esta cita, sí se entiende como un elemento a considerar en el problema de la relación entre conciencia y acto; entre conciencia moral y filosofía de la acción; es decir, entre acción y conocimiento (esto en Habermas se da como la relación entre conciencia moral y acción, en la cual esta última es finalmente *acción comunicativa*). Es imprescindible conocer la estructura del accionar antes que conocer la conciencia; si bien esta última es *a priori*, según el pensamiento kantiano, en el pensamiento de la Filosofía de la praxis que se desprende del pensamiento de Habermas corresponde al momento de fundamentación. Es imprescindible comprender el papel que cumple la accionabilidad humana para comprender también cómo es que esa accionabilidad proviene de un acto de voluntad; es decir, de la conciencia puesta en el plano del mundo de vida. De allí que se puedan relacionar la conciencia moral y la filosofía de la praxis.

Lo descrito representa dos momentos que se articulan ontológica y axiológicamente para determinar la naturaleza humana; por ello, la filosofía de la acción que llamamos “filosofía de la praxis” se encuentra en el núcleo de la discusión sobre el tema de la responsabilidad. La praxis, al ser acción, es al mismo tiempo respuesta ante las consecuencias generadas; por ello, la teoría de la responsabilidad social, al ser un tema netamente del individuo que proyecta su accionar hacia el entorno social, del cual además depende, es un derivado de la individualidad que supone la sociabilidad. El constructo teórico se transforma en vivencia de la praxis. De esta forma, sobrada razón tiene Morin cuando afirma que el ser humano es netamente complejo, puesto que su sobrevivencia se determina por la relación que está en su *substratum*: el individuo hace a la sociedad, y esta hace al individuo; y entre ambas, hacen la especie humana (Morin, 1998); y esta es, por supuesto, una relación material, no trascendental, como contrariamente si lo es en la ética kantiana: desde una ética naturalizada en la conciencia en sentido kantiano el sujeto hace al sujeto, no hace a la sociedad.

La filosofía de la praxis, entonces, dirige su mirada hacia las acciones desde una perspectiva intersubjetiva, como en Habermas, o incluso, en Apel (2013). Estas dos propuestas filosóficas se diferencian en que para el primero la intersubjetividad se centra en la acción que emerge del ámbito del mundo de vida, es decir, en sentido pragmático; para el segundo, en cambio, es un derivado de la praxis del lenguaje en todos sus sentidos; vale decir, es una reconstrucción filosófica desde la tridimensionalidad de las funciones de la lengua (sintáctica, semántica y pragmática). Sin embargo, no nos interesa acá analizar las consecuencias de una filosofía del discurso ni comparar ambos desarrollos filosóficos, sino más bien cómo vislumbrar el sentido de la responsabilidad como elemento constitutivo de la racionalidad a partir de la filosofía de la praxis y no de la filosofía de la conciencia. Por ello, en la siguiente sección se analiza uno de los aspectos de esta racionalidad; a saber, la responsabilidad en sentido ético, pero vista más como una ética de la responsabilidad en el contexto de las organizaciones.

### 3. La responsabilidad ética como ética de la responsabilidad de las organizaciones

Vistos así los anteriores argumentos, nos referimos ahora al tema de la responsabilidad en su acepción ética. Esta es precisamente la cuestión medular en la medida que el pensamiento sobre la responsabilidad es en esencia un pensamiento ético. Plantear el tema de la responsabilidad es articular argumentos en pro de la vida individual que apunta a la preservación de la vida en sociedad; es decir, y ahora lo sabemos más que nunca, la vida es expresión de lo global, o expresión global<sup>1</sup>. La responsabilidad social es más que un juego de palabras que impacta el juego de la vida; por ello, es más que un mero discurso tridimensional. El hecho “responder” está en los cimientos de la increpación: quien increpa demanda cumplimiento. Demandar cumplimiento en el sentido de la vida es precisamente la cuestión más importante sobre lo que significan las condiciones de la vida. De allí que la responsabilidad es ambas caras de una misma moneda, en la cual la ética también lo es. Comprender esta relación en el nivel umbilical, es decir, primigenio y originario, nos pone de plano en la reflexión sobre el futuro humano. La ética de la responsabilidad es una ética de futuro (Guerrero *et al.* 2021). Por ello también los desafíos de futuro son el elemento direccionador de la responsabilidad ética por ser esta una responsabilidad de futuro (Villalobos-Antúnez *et al.*, 2022).

Pero veamos más profundamente qué significa una ética de la responsabilidad en el contexto que nos interesa. Y este interés cobra mayor importancia en la medida que la responsabilidad abriga la presencia humana para dotarla de tranquilidad y esperanzas de mejores expectativas presentes y futuras. La responsabilidad es una manifestación clara de esperanzas de acción: lo que se espera de los demás y lo que se espera del individuo considerado materialmente. Se espera de los demás que actúen conforme con las reglas que han sido aceptadas,

<sup>1</sup> Se verá en la última sección de este trabajo que la responsabilidad en Schopenhauer es más bien centrada en el individuo antes que en la sociedad vista esta como totalidad implicada por el acto moral.

lo mismo que con la actuación propia. Pero también, conforme con lo que las situaciones indiquen. Una ética de la responsabilidad no puede ser una ética de la conciencia; es necesariamente una ética de la experiencia, de allí que lo individual como lo social sean lo característico de esa experiencia ética. El *éthos* no es más que la consagración del ser humano en cuanto ser que es sociable desde su individualidad, tal como se entiende desde Aristóteles (Vigo, 2022; Jaeger, 2013). La acción es solo individual en el sentido del origen del acto: justamente el individuo en sí mismo considerado; pero es social puesto que la acción se manifiesta en el ámbito espacial de despliegue de la subjetividad; es decir, lo social, y no la conciencia, es justamente el contexto del cual el individuo depende para vivir, representa el *momentum* de la ética.

En consecuencia de lo anterior, la ética de la responsabilidad tendrá dos instancias, al menos desde esa perspectiva; una, derivada del ámbito ecosistémico; y la otra, derivada del ámbito individual, la cual, desde nuestra perspectiva, conectamos con el ámbito organizacional, por las razones que se exponen. En el ámbito ecosistémico, se entiende la responsabilidad ética como en la ética de la complejidad: el individuo despliega sus acciones en el contexto ecológico, por lo cual la acción es ecosistémica (Morin, 1996). Mientras que en el ámbito individual y organizacional, la responsabilidad tiene sus implicaciones derivadas de la interacción que despliega el sujeto individualmente considerado para llevar adelante sus proyectos de vida, pero también en el contexto de las organizaciones donde despliega su quehacer productivo (Severino-González *et al.*, 2019). Hoy cada vez es más característico del sistema de vida social, el hecho de llevar adelante cada sujeto proyectos de vida por intermedio de organizaciones en todos los sentidos (Villalobos-Antúnez *et al.*, 2018)<sup>2</sup>. De allí que la ética de la responsabilidad se proyecte también hacia la preservación de ambos órdenes de actuación: el ecosistema planetario, y las organizaciones, vistas como empresas o como mecanismos de acción organizacional para el fortalecimiento de la vida en sociedad.

De esta manera, la ética de la responsabilidad apunta hacia el ecosistema planetario desde las denominadas eco-acciones, y hacia las organizaciones en los planos individual y socio-organizacional, con vistas a la solidaridad y a la convivencia. Es por ello por lo que toma importancia extrema discutir las cuestiones trascendentales que provienen de esa relación. Una ética vista desde esta perspectiva se ocupa de reflexionar sobre los argumentos que devienen de las relaciones del individuo con el entorno social y organizacional. En ello consiste la idea de ecosistema ético. Morin (1998) lo plantea de forma expresa:

“La conciencia de responsabilidad es lo propio de un individuo-sujeto dotado de autonomía (dependiente como toda autonomía). La responsabilidad necesita no obstante ser irrigada por el sentimiento de solidaridad, es decir, de pertenencia a una comunidad.

Tenemos que asumir nuestra responsabilidad de la propia vida (no dejar que fuerzas o mecanismos anónimos tomen a su cargo nuestro destino) y nuestra responsabilidad respecto del prójimo”.

Mientras la solidaridad alimenta nuestra responsabilidad, la ecología de la acción la mina...” (p. 109).

Como puede observarse, el tema puntual en toda la argumentación está justamente en el valor que tiene para la acción el sentido de una praxis responsable para consigo mismo y para con el entorno ecosistémico al cual se pertenece. Hoy, por ello, se entiende que la responsabilidad es una categoría que va más allá de lo individual, pues se introduce en el ámbito de lo plural por considerarse al ser humano, sujeto ecosistémico, como el individuo que se solidariza consigo mismo, con su presente y con su futuro, pero también con quienes desarrolla su sentido de la vida; es decir, con la sociedad humana en cuanto tal, cuestión que en Schopenhauer posee algunos alcances más bien restringidos dada su argumentación de la responsabilidad como una entidad solo válida para sí mismo del sujeto ético; se es responsable solo siendo responsable con el individuo que se es, de allí su individualidad.

La ética de la responsabilidad, entonces, supone la idea de la presencia del otro ser que acompaña la vida constituyéndose lo que se denomina sociedad, ya que además de nacer como sujetos únicos, indivisibles, autónomos, autosostenibles en la adultez; necesitamos del contexto social que nos acoge en nuestra llegada al mundo como seres perfectibles. La ética de la responsabilidad se erige de esta manera como una ética social. No puede haber ser humano allá donde no hay relaciones sociales. La soledad no nos es intrínseca; en cambio, lo social, si lo es; por ello la definición de Morín (1998) citada. A partir de esta naturaleza social es cuando se reconstruye la cuestión del *ethos* reproductivo de lo humano, en la medida en que se nos inquiera como seres individuales en el entorno social, lo cual, a su vez, se transforma en entorno socio-productivo. Lo social se convierte en organizacional en las épocas modernas, pues el *ethos* de la Modernidad consistió justamente en edificar el sentido de la vida en torno a los proyectos productivos (Weber, 2012). De allí que la ética de la responsabilidad se asocie de forma directa con la ética de las organizaciones productivas, puesto que se requiere un alto sentido de sociabilidad para desplegarse en el ámbito empresarial sin que se pierda la esencia humana (Ugarte Godoy, 2019). Comprender la ética de las organizaciones es necesario (Cortina, 1994) para comprender la ética de la responsabilidad así como la de la responsabilidad social (Martínez-Herrera, 2011).

2 En esta cita se denomina “Derecho a la autobiografía”.

#### 4. Racionalidad y praxis social. La responsabilidad social empresarial

El tema de la racionalidad y de la praxis social, en este trabajo se enfoca desde dos perspectivas. Una, desde la idea filosófica de la ética de la responsabilidad, según se vio en los apartados anteriores; y la otra, desde la perspectiva de la realización de los valores de responsabilidad en el ámbito de la relacionalidad de la vida y de las personas, en especial, en su dimensión organizacional. A partir de este enfoque, se abordan aquí algunas ideas que conectan la racionalidad y la praxis social, con la práctica de la responsabilidad social empresarial. La praxis acerca de la acción responsable gira en torno a los deberes que se impone el mismo individuo en su perspectiva de solidaridad y conjunción de valores de convivencia, tal como lo cree Morin (1998). A partir de este enfoque, se asume en este análisis el concepto de praxis como acción tendiente al bien común, pero también en su perspectiva de naturaleza propia humana. Es lo propio del ser humano realizar actos tendientes al provecho individual y social, ambas cosas a la vez (Aristóteles, 1985).

Pues bien, en el sentido indicado, el análisis se orienta por los caminos del discurso de una ética empresarial, entendida en los términos de Adela Cortina (1994); es decir, como elemento estructural de la acción humana en el contexto de las organizaciones. Sin embargo, expresa esta autora que ética y empresa parecen términos contrapuestos, en vista de la intencionalidad que a todo coste se propone el mundo organizacional al intentar posicionarse cada una de las empresas en los mercados muchas veces pasando por alto respuestas apropiadas a los desafíos comerciales; es decir, en este ámbito pareciera que se impone un sentido contrario a lo que demandan las conductas éticas de respeto y consideración con el entorno físico, social y humano. Pero es el caso, que hoy se trata de imponer un sentido moral de la acción en todos los ámbitos, por lo que en el contexto empresarial la ética se hace necesaria si es que queremos seguir viviendo en un mundo proyectado con la vida; vale decir, que propicie la vida.

Es por ello que, en la perspectiva de la ética de la responsabilidad y la responsabilidad social desde las organizaciones, a partir de nuestro punto de vista se aprecia que el concepto de responsabilidad social empresarial (RSE) significa una diferente forma de enfocar el mundo de los negocios que demanda un buen carácter de las personas y por ende de las empresas (Cortina, 1994; Severino-González *et al.*, 2022). Ello centra su interés de forma especial en los aspectos comunicativos, lo que implica mejorar la comunicación entre la empresa y los denominados grupos de interés (Prats-Palma, 2008; Acuña-Moraga *et al.*, 2019; Severino-González *et al.*, 2021), y entre las organizaciones y todos los que se interesan en el giro empresarial. Esta ética se concentra y apunta hacia aspectos tales como la calidad de vida laboral; la relación de la empresa con la comunidad y su entorno (Lillo-Viedma *et al.*, 2022), sobre la base de una postura ética, moral y jurídica; el respeto por el medio ambiente y todo lo que este concepto considera; pero finalmente practicando un mercadeo responsable, generando con ello los necesarios canales de comunicación tanto al interior como al exterior de las organizaciones. Es a ello a lo cual nos referimos en este apartado, en el marco del significado de la praxis como praxis organizacional y social, y no ya como praxis del individuo. Sin embargo, en el siguiente apartado se analiza este concepto a la luz de la ética de la responsabilidad individualista de A. Schopenhauer, a los fines de establecer comparaciones importantes para nuestros argumentos.

Tal como se ha afirmado por la literatura citada (Cortina, 1994; Martínez-Herrera, 2011), la responsabilidad social empresarial no es sinónimo de altruismos ni de donaciones de dinero; no es decoración superficial ni maquillaje corporativo. Ella supone fomentar la creatividad de los colaboradores en proyectos de actividades complementarias al trabajo ordinario, fomentando el crecimiento personal a través de la participación en actividades de diversa índole, las cuales apuntan hacia el principio de solidaridad y de trabajo mancomunado por intermedio de un sinnúmero de acciones conducentes a la solución de problemas o de mejora de la calidad de vida de individuos y comunidades; se citan, por ejemplo, actividades de reciclaje de desechos y la de interacción amable con el entorno ambiental. También se citan actividades reintegrativas, las cuales permiten reforzar el carácter individual y social de la vida, especialmente aquellas de tipo deportivo, cultural, recreativo, artístico. Incluso, se invierte tiempo y recursos económicos en algunas actividades de mayor envergadura como la inversión en obras sociales por parte de empresas privadas, las cuales propician soluciones orgánicas a problemas estructurales que poseen una cierta intencionalidad de perpetuarse.

En la actualidad, hay empresas que ya cuentan con una estructura interna dedicada concretamente a la responsabilidad social empresarial y con un equipo encargado de desarrollar las distintas actividades que el tema conlleva. Por ello, la incorporación de este concepto supone considerar:

El ámbito empresarial propiamente tal, por su creciente interés para introducir esta forma de gestión; la incorporación de sus principios en las políticas internas; fomentar la ética y la transparencia en todas sus acciones; el respaldo a las iniciativas de sus líderes; el análisis, implementación y gestión de proyectos que incorporen sus postulados; la difusión de sus logros y también políticas de mercadeo que apunten a la honestidad y al buen comportamiento empresarial al momento de hacer campañas publicitarias (Annia G. *et al.* 2018; Ramírez-Molina *et al.* 2021).

En el ámbito educacional, el concepto de la RSE pretende generar la inquietud por enseñar estos conceptos entre los estudiantes de todos los niveles del sistema educativo, haciéndose énfasis en los niveles iniciales del

proceso, dado el impacto que produce, pero también, trasladando el enfoque de forma transversal en todo el proceso formativo del ciudadano de futuro (Villalobos-Antúnez, 2022; Villalobos-Antúnez *et al.* 2022; Garrido-Veliz *et al.* 2020).

La participación de los “grupos de interés”, atentos por denunciar públicamente aquellas actividades que dañan el entorno vital y afectan la calidad de vida en particular, pero también fomentando el trabajo mancomunado frente a los desafíos particulares de las comunidades de adscripción, en especial lo referente a las estrategias que podrían seguirse para el fomento de acciones responsables (Ramírez *et al.* 2018; Sukier *et al.* 2020).

Se debe reconocer que hoy en día muchas empresas están desarrollando un importante esfuerzo para que sus actividades estén dirigidas hacia una “forma correcta de hacer las cosas”, y entendemos que dicha forma correcta se traduce en beneficios para los trabajadores, para la misma empresa y en definitiva para la comunidad de la que forman parte y a la cual se debe. Uno de los principales aspectos a considerar se refiere a la ética empresarial, vale decir, al estudio de aquella rama de la filosofía que evalúa las acciones de las personas en cuanto sean correctas o incorrectas en el contexto de la empresa, tal como se planteó desde el inicio de este trabajo (Medina *et al.* 2015; Inostroza *et al.*, 2020).

Otro de los aspectos más importantes a considerar es el denominado “marketing responsable”, el cual supone vincular los principios de la ética empresarial y la práctica de un marketing con sentido de responsabilidad, que proyecte honestidad y transparencia. “El marketing responsable” es aquel desarrollado con la intención de transmitir los aspectos benevolentes de un producto o servicio, resaltando en lo posible los beneficios para el desarrollo de las personas. El mensaje de la marca logrará generar la confianza de los consumidores, pero desde la ética del marketing dicho mensaje debe apuntar a las características verdaderas del producto o servicio; es decir, debe ser un mensaje carente de manipulaciones.

Hoy en día podemos observar un creciente interés en el mundo del marketing por transmitir a los consumidores la preocupación de la publicidad y de las marcas por el respeto a la dignidad del ser humano; a la equidad de género; a la inclusión de todos aquellos grupos de personas que hasta hoy se vieron postergadas por obra de la discriminación, la marginación, la descalificación, la humillación. En tiempos pasados se veía publicidad de marcas que se burlaban de la dueña de casa; de supuestas habilidades menores de la mujer frente al hombre; de aspectos raciales como el origen étnico o el color de la piel u otros, fomentando una imagen de estos grupos de personas totalmente desviadas de su verdadero sentido de existencia: la propia identidad y la incuestionable dignidad como estructura fundamental del ser humano.

En tiempos más recientes las empresas empiezan a tomar conciencia del cambio de paradigma en materia de marketing, y se enfocan, por ejemplo, en recomendar en su publicidad no usar su producto si contiene alcohol o si genera sobreendeudamiento (aunque pudiera decirse que tales restricciones son debidas a exigencias legales que cada día son más frecuentes como manera de preservar la integridad individual y social<sup>3</sup>). Del mismo modo, se aprecia mucha conciencia en el marketing actual que fomenta el cuidado del medio ambiente; la correcta y mejor alimentación de las personas y animales comestibles, y ello es gracias no solo a exigencias éticas y morales de la sociedad y los grupos de interés, sino a que va en concordancia con legislaciones concretas, como la chilena, que obliga etiquetar y publicitar en los envases de productos alimenticios los rótulos que advierten “alto en azúcar” y “alto en sodio”, o la advertencia de “alto en calorías”, cuyas exigencias son contenidas en la Ley 20.606 citada.

Lo anterior se ve fortalecido cuando además existe relación entre lo que la marca comunica y las experiencias o las realidades que entrega la empresa en el día a día de su actividad, respondiendo así a las actuales exigencias externas en general y más propiamente de las comunidades del entorno, de las ONG y de la legislación. Verificado lo anterior, como consecuencia lógica, la marca logra “reputación” en sí misma, y además fidelidad interna y externa, por ejemplo, en sus propios trabajadores o accionistas, o entre los entes externos y otros grupos de interés. Además, el grado de compromiso del empleado con su empresa dependerá también de la buena reputación de la marca y de la misma empresa; del desarrollo y crecimiento personal que hayan logrado en la organización, y del grado de participación que el empleado estime que ha tenido en el éxito de la empresa.

Los empleados con fuerte identificación y compromiso con su empresa, y que entregan un servicio de alto valor para el cliente, generan un “círculo virtuoso” conforme al cual el cliente se siente satisfecho, y por tanto dicha satisfacción se traduce en lealtad, palabra base para el éxito de la actividad empresarial (Cortina, 1994).

## **5. El concepto de responsabilidad social y la responsabilidad individual en A. Schopenhauer**

Ahora bien, ya se ha visto en los apartados anteriores las relaciones que se dan entre los conceptos de ética de la responsabilidad, conciencia moral y la responsabilidad social en la praxis empresarial. Veamos ahora comparativamente la idea de la responsabilidad social con la de responsabilidad individual. Para ello tomaremos en cuenta los conceptos básicos que se encuentran en la filosofía de Schopenhauer, quien, a pesar de su pesimismo moral, nos aporta algunas ideas de interés para entender, al menos de parte de los investigadores, cómo es que el individuo realmente considerado necesita de autoafirmarse para proyectar el sentido de responsabilidad en

lo social, justamente debido a las relaciones que se dan en el contexto global antes mencionado. No se da el individuo sin la sociedad, y esta se sostiene de los individuos.

Por lo tanto, hoy más que nunca el mundo requiere de una revisión de sus conceptos éticos, para entender en qué estamos fallando como sociedad, porque las huellas de nuestros desaciertos son más que evidentes: más destrucción del medio vital, más ignominia frente a las grandes migraciones, forzadas por la intolerancia y falta de reconocimiento de derechos fundamentales, una mayor brecha entre países ricos y pobres, incluso a lo interno de cada uno de los países en los cuales las diferencias entre vida digna y malvivir son cada vez más anchas. De allí que nuestro enfoque desde una ética de las organizaciones se vea mucho más urgente en cuanto al análisis de las situaciones límite en las relaciones individuo-sociedad. Desde este punto de vista, aplicar al concepto de RSE el pensamiento de Arthur Schopenhauer, resulta de gran interés para los argumentos que se han esgrimido en este sentido.

Pues bien, A. Schopenhauer nos habla metafísicamente de la “voluntad de vivir” como aquella intencionalidad que opera en todos los seres vivos y que se refiere al deseo incontrolable de perdurar la existencia. Sin embargo, este deseo domina e impulsa la vida a tal nivel de intensidad que se traduce en un comportamiento egoísta que opera en el ser humano, cuando éste prioriza su propia persona y sus propios intereses para cumplir con la instrucción de la naturaleza en orden a mantener la existencia y sobrevivencia. Desde luego que ello causa un conflicto ético en el proceder propio de la vida humana pues ello se genera cuando las acciones humanas optan por acciones contrarias a la moral dejando así en un plano secundario los intereses legítimos de los demás seres vivos; de allí el paso necesario a una ética normativa que ha sido desarrollada en diferentes momentos de nuestra historia (Camps, 2017).

Desde esta perspectiva, respecto al egoísmo natural de cada ser humano, éste se traduce metafísicamente hablando en que cada individuo se considera a sí mismo como un universo único que reúne la “voluntad de vivir” en cada uno de nosotros, donde cada cual está dispuesto a luchar contra el mundo para mantener su existencia. Todos los otros son seres “ajenos” (Schopenhauer, 2013). Cada individuo está orientado por su egolatrismo hacia las acciones que le son de su exclusivo interés; es por ello que pensamos que la necesaria comprensión de la relación individuo-sociedad se hace cada vez más exigente, pues el mismo se traslada hacia la denominada competencia empresarial, según la cual, cada empresa lucha por sobreponerse en el mercado haciendo intentos de apropiarse plenamente de él.

El egoísmo natural es ilimitado y cuando es llevado al extremo y de la mano con “la maldad” según Schopenhauer, estamos frente a los móviles antimorales, que nos llevan a visualizar a los “otros” como seres a los cuales utilizar en nuestro propio interés. Cuando el ser humano logra vencer esta “voluntad de vivir” y deja de lado el egoísmo y la maldad, surgen los móviles morales, en que los demás seres humanos son tan importantes como la propia persona. Este análisis es el que resulta apropiado aplicar al comportamiento del mundo empresarial.

Desde este punto de vista, los distintos grupos de interés esperan que la forma de actuar de las empresas se oriente a lo correcto, vale decir, considerar la calidad de vida laboral y respetar la dignidad del trabajador; el cuidado del medio ambiente sobre la base de un marketing responsable y una apropiada comunicación. El buen desempeño de la marca en sentido social además del sentido comercial es el que logra mantener una conducta acorde con las exigencias más allá de la propia voluntad “individualista” que se despliega de manera intencional frente al mercado avasallador. Es el ámbito del mercado donde se desarrollan estas voluntades individualistas, al extremo de propiciar incluso confrontaciones mercantiles y guerras entre empresas rivales con el fin de aniquilar y eliminar “la competencia”.

Con relación a la calidad de vida laboral, el sistema empresarial entiende a los trabajadores como piezas reemplazables; es decir, cada trabajador es parte del mismo capital invertido por la empresa, más allá de la productividad que este represente. Interpretando esta característica desde el pensamiento de Schopenhauer, puede decirse que, a pesar de esta circunstancia, en el pensamiento empresarial se entiende que la rentabilidad y las utilidades son de gran importancia; pero esta es justamente la misma importancia que debe tener la calidad de vida de los trabajadores, sus posibilidades de crecimiento como seres humanos, sin considerarlos como un eslabón reemplazable en la cadena productiva. La individualidad que despliega el mundo empresarial debe ceder para imponerse un sentido de solidaridad, según se discutió previamente, pues la moral del individuo impone justamente que se resalte el contexto donde despliega su sentido de vida, es decir, su voluntad de vivir. En definitiva, la ética de Schopenhauer, basada en los móviles morales, supone el respeto mutuo entre el universo del empleador y el del trabajador.

En lo referente al concepto de respeto por el medio ambiente, es importante aclarar que la naturaleza no sólo crea vida, en oportunidades también necesita destruir para formar nueva vida. Esta destrucción a la que recurre la naturaleza para crear vida es parte de todo un sistema, de una coordinación de acontecimientos que se suceden y desarrollan para cumplir con el objetivo último, la manutención de la vida y la satisfacción de la voluntad. La naturaleza efectivamente destruye, pero para crear, aunque esto no sea necesariamente acorde con los intereses del ser humano (Otero, 2000).

Si la naturaleza destruye para crear también el ser humano en ocasiones puede destruir para crear, pero a veces el ser humano aniquila no con el ánimo de crear. Aniquilar implica eliminar o reducir a la nada a otros seres. El hombre ha provocado la extinción de especies vivas, las ha aniquilado o les ha intervenido su hábitat, modificándolo y deteriorándolo. Es muy probable que el ser humano, en el último tiempo, haya generado una grave inestabilidad en nuestros ecosistemas, lo que ha derivado en forma gradual e imperceptible en cambios en la naturaleza, la que parece estar reacomodando mares y tierras, generando modificaciones en las temperaturas con el afán de reordenar el desorden producido por el hombre. Terremotos, huracanes, deshielos, inundaciones y diversas muestras de la actividad de la naturaleza, que aparentemente apuntan a destruir, pero cuyo sentido real es proteger formas de vida, crear nuevas formas o nuevos niveles de existencia, en los que podría suceder que el hombre ya no estuviera considerado. Es posible que los seres humanos no logren dimensionar lo que la naturaleza pretende de cada uno. Que la especie perdure o no pudiera ser algo poco importante para el hombre. Para estos efectos la naturaleza se encarga de asegurar la continuidad de las especies (Candia, 2010).

Por otra parte, Schopenhauer en su obra “Los dos problemas fundamentales de la ética”, al tratar el concepto “compasión” explica que en algunos casos se produce una motivación inmediata por el otro ser, ya que prácticamente el individuo se transforma en el otro, sin que haya de por medio ninguna actitud interesada o altruista puesto que se trata de un ser con el cual se identifica de tal manera que el efecto es inmediato, y se le protege como si se tratara de su propia vida. Desde la filosofía de la praxis, efectivamente el ser humano se compadece del otro cuando el otro pasa a ser un fin en sí mismo, como lo soy yo respecto de mi propia persona, cuando sufro su dolor como si fuera mi propio dolor, poniendo aquí este filósofo su acento en la filosofía kantiana (Camps, 2017).

De todo lo dicho, a la luz del pensamiento de Schopenhauer, el actuar del mundo empresarial y el mundo laboral deben entenderse, al menos desde esta visión global, como el convivir de la mano con el respeto recíproco y estimar que ambos universos son igual de importantes. Schopenhauer (2011) hace referencias al Velo de Maya, categoría de amplio significado en la filosofía oriental de los Vedas, que significa en sentido general una cierta ceguera intelectual que impide ver el verdadero sentido y significado del mundo; el desprendimiento de este velo genera un profundo cambio que permite a quien lo experimenta lograr ver la realidad en su plena magnitud, valorizando cotidianamente el simple hecho de vivir y aquellas pequeñas cosas que nos acompañan como persona.

Pues bien, esta especial circunstancia de des-velamiento referida por Schopenhauer, permitiría comprender la aplicación en toda su plenitud de los conceptos y la idea de la responsabilidad social empresarial que se viene discutiendo, pues el desprendimiento del velo que impide ver intelectualmente el significado del giro empresarial en contextos sociales y humanos, en seguida y de forma inmediata se logran comprender los conceptos calidad de vida, respeto por los seres humanos y cuidado del medio ambiente. Desprenderse de este velo corporativo al uso del Velo de Maya, quedarían de lado los obstáculos que impiden visualizar y comprender filosóficamente el individualismo y el egoísmo vinculado a la destrucción en todos los sentidos y a la maldad de forma particular, de lo cual resurge la dignidad humana en toda su plenitud. Es el individualismo en su conexión con el proyecto social de vida, lo que en términos de Schopenhauer se quiere destacar aquí.

Así, la misión de la responsabilidad social empresarial será recuperar la dignidad del ser humano con lo cual se establece la prioridad de cumplir con la vida empresarial a plenitud; vale decir, se enaltecen todos los aspectos vinculados entre la vida empresarial y la vida personal. Aspectos como los laborales, empresariales, educativas, comerciales, institucionales, emergen como una estructura fuerte basada en la idea de exaltar la naturaleza humana más allá del egoísmo descrito por el filósofo estudiado. Exaltar esta perspectiva de relaciones entre individuo y sociedad proyecta una moral del sujeto y de su comportamiento ante los desafíos y dilemas que genera la interacción social de forma global, más allá de los particularismos y relativismos morales que tanto daño ocasionan. La visión occidentalizada de la vida sede ante estos principios rectores de la vida.

Desde esta filosofía individualista de Schopenhauer podemos entender que realmente de lo que se trata es de enaltecer justamente el individuo en el contexto social. El filósofo alemán lo que hace es describir en sentido pesimista lo que moralmente es el ser humano: un ser egoísta y poco dado a los acompañamientos solidarios. Esta filosofía trata justamente de lo contrario. Es decir, se trata del empuje inteligente de la razón para sobreponer el pesimismo moral que lo caracteriza, y relacionar vida humana, razón y comportamiento moral de forma que la vida humana sea mucho más vivible, en consonancia con lo que modernamente la ha caracterizado: la vida en las organizaciones. Pues si es cierto lo que afirma Cortina, parafraseando a Ortega y Gasset, que “la empresa es el tema de nuestro tiempo”, las acciones que se derivan de su giro social conllevan a la consagración de categorías que le son propias para la preservación de la vida individual y social, en el contexto del medio vital. De allí la responsabilidad social como filosofía de la praxis, justamente por las implicancias que ella tiene en el conglomerado social global.

Por las razones anteriores, nos preguntamos lo siguiente: ¿Podría ser la responsabilidad social empresarial una de las formas de contribuir a la deconstrucción de nuestra sociedad y una nueva forma de definir y valorar la vida, y de paso terminar con el individualismo del ser humano, más allá del pesimismo referido, atravesando el accionar responsable el principio de individuación planteado por Schopenhauer? Las respuestas a esta pregunta implican una revisión más a fondo de las preguntas planteadas por la actual filosofía de la praxis gerencial, por



lo cual quedan abiertas otras interrogantes que implican el levantamiento el Velo de Maya ante las dudas que emergen cotidianamente del giro filosófico en torno a la empresa como orden cotidiano de vida.

## **6. Reflexión final: Nuestra perspectiva de la ética de la responsabilidad**

Esta investigación deja un gran sabor de entusiasmo frente a los desarrollos del significado de una ética empresarial y su contexto de responsabilidad social. Se vio claramente que el entramado filosófico reconstruido a partir de la filosofía de la conciencia revisitada desde la praxis responsable de la acción implica considerar la vinculación necesaria entre la individualidad del ser humano junto con su carácter social. La ética de la responsabilidad es un correlato de la racionalidad de la praxis en la medida en que la primera eleva a concepto la acción mientras que la segunda la operacionaliza y delimita. Los pormenores que deja tras de sí una relación de esta naturaleza implica dejar de lado el egoísmo definido por Schopenhauer y desdoblarse en la solidaridad necesaria para la convivencia en términos de Morin. La razón práctica es también razón individual porque de ella nace; pero al mismo tiempo se proyecta de forma irradiante frente a los dilemas que presenta la vida cotidiana en términos de amenazas a la convivencia.

La ética de la responsabilidad y la racionalidad de la praxis son el soporte filosófico de la sociedad de futuro, en la medida que el individualismo deje de ser egoísta, como lo preconiza Schopenhauer, para convertirse y ampliar el sentido de solidaridad humana. No negamos la necesidad del individuo, pero tampoco sobrevaloramos el concepto de solidaridad. Ambas perspectivas humanas son parte de su misma esencia (Vigo, 2022; Jaeger, 2013), pues ambos elementos son constitutivos de lo humano. Sin ellos no podremos resolver los grandes dilemas que la actual civilización enfrenta como sociedad en riesgo, en especial, los dilemas de futuro, que se enmarcan en el contexto de la sociedad digital (Villalobos *et al.* 2023; Guerrero *et al.* 2023). El tema de la responsabilidad social empresarial “es el tema de nuestro tiempo”.

## **7. Agradecimientos**

El presente texto es un avance producto del proyecto de investigación UDALBA 2022, financiado por la Universidad del Alba (Chile), denominado “Ética y política en el mundo digital. Estudio hermenéutico sobre percepción de valores éticos y políticos de la sociedad de futuro en estudiantes de derecho y psicología de los dos últimos años de la Universidad del Alba”. Asimismo, es un avance del proyecto de investigación doctoral en ciencias políticas de URBE-Venezuela, que realiza uno de los autores del trabajo, a saber, José Vicente Villalobos-Antúnez, titulado “Sociedad digital y mundo de futuro. Desafíos para la ética y la política en tiempos de disrupción tecnológica”. Este autor agradece a las Instituciones mencionadas por el apoyo académico recibido, y todos los autores a la Universidad del Alba, por el aporte de los recursos financieros entregados para hacerlo posible.

## Referencias

- Acuña-Moraga, O., Severino-González, P. y Cires-Gómez, A. (2019). Responsabilidad social empresarial y ventaja competitiva. El estudio de pequeñas empresas mineras de Chile. *Encuentros*, 17(02), 178-186.
- Annia G., M. E., Villalobos-Antúnez, J. V., Romero-Pabón, J. C., Ramírez-Molina, R. I. y Ramos-Márquez, Y. M. (2018). Conciencia ética en organizaciones universitarias: un estudio fenomenológico de la praxis como continua formación. *Revista Inclusiones*, 5(4), 179-195. <https://revistainclusiones.org/index.php/inclu/article/view/693>.
- Aristóteles (1985). *Ética Nicomaquea*. Gredos.
- Camps, V. (2017). *Breve historia de la Ética*. RBA Libros.
- Candia Cáceres, A. (2010). Todos los males el mal. La "Estética de la narración" en Roberto Bolaño. *Revista Chilena de Literatura*, 76, 43-70. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-22952010000100003>
- Cortina, A. (1994). *Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial*. Trotta.
- Garrido-Veliz, V., Severino-González, P., Romero-Argueta, J. y Villalobos-Antúnez, J. V. (2020). Social Responsibility of Higher Education Students. Motivations for its Development in Times of Covid-19 in Chile and El Salvador. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 25(Extra 7.25), 439-452. [www.redalyc.org/journal/279/27964362052/html/](http://www.redalyc.org/journal/279/27964362052/html/)
- Guerrero-Lobo, J.F., Caldera-Ynfante, J.E., Villalobos-Antúnez, J.V. (2021). La ética de la responsabilidad como espejo donde se descifra la civilización tecnológica. En Johnatan Cruz Ángeles (Coord.), *Innovación en la docencia e investigación en ciencias jurídicas, económicas y empresariales*. Dykinson.
- Guerrero-Lobo, J. F., Villalobos Antúnez, J. V., Severino González, P. y Prats Palma, B. (2023). Ethics and digital media: The pending task of the digital world. *Visual Review. International visual culture review/Revista internacional de cultura visual*, 14(1), 1-7. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v10.4590>
- Habermas, J. (1996). *Conciencia moral y acción comunicativa*. Península.
- Inostroza-Araya, L., Santander-Ramírez, V. y Severino-González, P. (2020). Ética y actitud hacia los valores que promueve la universidad. *Revista Lasallista de Investigación*, 17(1), 291-300. <https://doi.org/10.22507/rli.v17n1a25>
- Jaegaer, W. (2013). *Aristóteles*. Fondo de Cultura Económica.
- Lillo-Viedma, F., Severino-González, P., Santander-Ramírez, V., García, L. Y., Guiñez-Cabrera, N. y Astorga-Bustos, N. (2022). Corporate social responsibility and social network analysis: unionized workers' perceptions. *Sustainability*, 14(7), 4320.
- Martínez-Herrera, H. (2011). *Responsabilidad social y ética empresarial*. Ecoediciones.
- Medina, A., Severino, P. y Rodríguez, G. (2015). Capital Social: creación de valor económico para el Accionista. En VV.AA. *El hombre y su medio ambiente social; introducción, concepto y percepciones*. Universidad de Guanajuato.
- Morin, E. (1996). *El Método 6. Ética*. Cátedra.
- Morin, E. (1998). *Introducción al pensamiento complejo*. Gedisa.
- Otero, F. K. L. (2000). *El problema del determinismo y la responsabilidad en Schopenhauer*. [Tesis para optar al título de Licenciada en Filosofía], Universidad Nacional Autónoma de México. <http://132.248.9.195/pd2000/280568/280568.pdf>
- Prats-Palma, B. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial y el Financiamiento de Energías Renovables No Convencionales*. Editorial Metropolitana.
- Ramírez, R. I., Espindola, C. A., Ruíz, Gladis I. y Hugueth, A. M. (2019). Gestión del Talento Humano: Análisis desde el Enfoque Estratégico. *Información tecnológica*, 30(6), 167-176. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000600167>
- Ramírez-Molina, R.I., Ríos-Pérez, J.D., Lay-Raby, N.D. y Ramírez-Molina, R. J. (2021). Estrategias empresariales y cadena de valor en mercados sostenibles: una revisión teórica. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVII(Especial 4), 147-161. <https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/8929>
- República de Chile. (2012). *Ley 20606 sobre composición nutricional de los alimentos y su publicidad*. [www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1041570](http://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1041570)
- Schopenhauer, A. (2002). *Los dos problemas fundamentales de la ética*. Siglo XXI.
- Schopenhauer, A. (2011). *Notas sobre oriente*. Alianza Editorial.
- Schopenhauer, A. (2013). *El mundo como voluntad y representación, I*. Trotta.
- Severino-González, P., Acuña-Moraga, O., Yévenes-Jara, J., Chandía-Arco, M., Villalobos-Antúnez, J., Arenas-Torres, F., Lillo-Viedma, F. y Salcedo-Muñoz, V. (2022). Responsabilidad social corporativa y consumidores de vino: Percepción en tiempos de pandemia en Chile. *Interciencia*, 47(10), 447-455.
- Severino-González, P., Villalobos-Antunez, J., Vergara-Gómez, J. y Yáñez-Venegas, M. (2021). Percepción sobre la responsabilidad social corporativa de los estudiantes de educación superior de Chile. *Formación universitaria*, 14(4), 39-48.
- Severino-González, P., Villalobos-Antúnez, J.V., Chamali-Duarte, N., Vergara-Piña, G. y González-Soto, N. (2019).

- Social responsibility of university student and institutional educational policies. Recognizing the commitments to society. *Opción, Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 35(90), 1.171-1.197. [www.produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/30493](http://www.produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/30493)
- Sukier, H., Ramírez-Molina, R.I., Parra, M., Martínez, K., Fernández, G. y Lay, N. (2020). Strategic Management of Human Talent from a Sustainable Approach. *Opción, Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 36(91), 929-953. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/32144>
- Ugarte Godoy, J. J. (2019). *Curso de Filosofía del Derecho. Tomo II*. Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Vigo, A. G. (2022). *Aristóteles. Una introducción*. Instituto de Estudios de la Sociedad (IES).
- Villalobos-Antúnez, J. V. y Ramírez-Molina, R. I. (2018). El derecho a la autobiografía. Dimensión ius-filosófica desde H. Arendt y P. Ricoeur. *Opción, Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 34(Esp. 18), 20-50. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/2393>
- Villalobos-Antúnez, J.V. (2022). Crítica de la racionalidad digital. Nuevas fronteras para la ética y la filosofía. *Opción, Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, <https://doi.org/10.5281/zenodo.7487153>
- Villalobos-Antúnez, J. V., Guerrero-Lobo, J. F., Prats-Palma, B. y Rojas-Torrejón, F. (2022). Ethics, technology and future challenges: A bioethical perspective of the digital society. *Human Review. international humanities review / Revista internacional de humanidades*, 13(5), 1-15. <https://doi.org/10.37467/revhuman.v11.4076>
- Villalobos-Antúnez, J. V., Guerrero-Lobo, J. F., Martín-Fiorino, V., Astudillo-Campusano, P. y Caldera Ynfante, J. E. (2023). Cultura digital y el régimen de la información. Gobernabilidad política en tiempos de crisis del sistema democrático, *Techno Review. International Technology Science and Society Review/Revista Internacional de Tecnología Ciencia y Sociedad*, 13(4), 1-17. <https://doi.org/10.37467/revtechno.v13.4817>
- Weber, M. (2012). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Alianza Editorial.