

## LA CORRUPCION

Juan Luis Prieto

**A** nombre de la COPARMEX y en el mío propio, agradezco la oportunidad de participar en este foro.

Como su mismo nombre señala, la corrupción es más que una mera "rupción" o rotura: es una "co-rotura". Lo que distingue a la corrupción de la "rupción" es el prefijo **co**, que indica en este caso la presencia de una voluntad que desvía, pretende desviar o permite que se desvíen recursos —fondos, bienes, tiempo, esfuerzo— de su fin social con propósitos ya sea destructivos o de beneficio personal o de grupo. Aunque normalmente esa voluntad "desviacionista" intenta no ostentarse públicamente, se advierte con mayor facilidad el fenómeno de la corrupción cuando la referida voluntad antisocial es activa. Ejemplos claros de este tipo de corrupción serían el robo, el soborno o "mordida", el chantaje, el fraude, la venta de influencias y plazas, el sabotaje y el tortuguismo. Pero también hay corrupción pasiva, por omisión, y ésta es quizá la más generalizada. La omisión, que es una forma de complicidad, puede ser por indolencia (es decir, porque no duele), por ineptitud, temor, indiferencia, pereza o por falta de sentido de responsabilidad, propiciando en cualquiera de sus variantes que lo que se ha creado con fines legítimos se deteriore o destruya o se impida que cumpla con su función social.

La corrupción, como los colores, tiene una amplísima gama de matices. A la corrupción de colaboración tenue la bautizamos con el benigno y casi afectuoso nombre de "corruptela", como si quisiéramos restarle importancia. El denominador común de la corrupción estriba en su carácter anti-social.

La corrupción desgasta una cosa, como royéndola. Y esa cosa que se desgasta y deprava es nada menos que la integridad y la vitalidad de nuestro cuerpo social, en donde el virus corrosivo ha logrado instalarse.

Entre sus múltiples y complejas causas, la corrupción es resultado de un largo proceso degenerativo que surge de la contraposición de una cada vez más acusa-

da conciencia de nuestros derechos, o de lo que pretendemos que constituyen nuestros derechos, y de una creciente inconsciencia en materia de deberes u obligaciones. La renovación moral es asunto que incumbe a la Deontología, que es la ciencia o teoría de los deberes, la ética del deber.

Con qué frecuencia exhortan los partidos políticos, los sindicatos y múltiples organismos, a renovar lo que parece una ansia insaciable de exigencia de mayores prestaciones, más servicios, más "conquistas", más dádivas y menos esfuerzo y horas de trabajo. ¿Cuándo se oyen exhortaciones para trabajar más y mejor, para abandonar la actitud mendicante que pide o exige sin dar nada a cambio, para no tolerar incompetencia, para vencer la indolencia y cumplir con el deber, para ser auténticamente solidarios? Con alarmante infrecuencia.

Es evidente que la evolución de los acontecimientos ha producido un profundo desequilibrio en la correlación que debería existir entre derechos y obligaciones. Dicho de otro modo, se ha creado un profundo vacío ético cuya solución consiste en el restablecimiento del equilibrio que se ha perdido. De lo que fundamentalmente se trata, por tanto, y aunque cueste trabajo, es de prescindir de aquello a lo que no se tiene derecho y de recobrar la conciencia de lo que son las obligaciones y cumplir con ellas.

Más que lamentarse estérilmente por la virulencia de la dolencia que aqueja a nuestras empresas públicas, aunque no sólo a ellas, debemos sentirnos estimulados por el hecho de que el presidente De la Madrid haya reconocido la magnitud del problema y manifestado tan claramente su decisión de combatir esta peligrosísima enfermedad. So pena de convertirnos en cómplices de la descomposición de nuestro cuerpo social, tenemos la obligación ética, el deber de contribuir a la erradicación del vicio y a la inoculación de aquellos que aún no han sido víctimas del contagio.

Llevamos ya muchos años observando la ligereza con la que se habla de la función social de la empresa pública. Qué duda cabe que toda empresa tiene una función social, ya sea pública o privada, mixta o "social", como ahora se dice, como si la empresa pública, privada o mixta no fuese social, tan social como la "social". Es muy frecuente que se ponga en énfasis no tanto excesivo como equivocado en la función social de la empresa pública, al invocarla con independencia o incluso a expensas de su eficacia y eficiencia, elementos esenciales para asegurar su sana supervivencia.

Este enfoque erróneo ha propiciado el encubrimiento de ineptitudes, dispendio y corrupción y ha prostituido el genuino concepto de función social que es inherente a la existencia misma de toda empresa. La función social estriba en rigor en

la generación de un valor socio-económico agregado susceptible de beneficiar equitativamente a la empresa, a quienes la integran y a la sociedad en general. El no concebir la función social de la empresa en estos términos, que emanan de su naturaleza, acaba por convertir a la empresa en una carga social, en un ente corrupto, en vez de en un factor de progreso y de enriquecimiento sociales.

En adición a las consideraciones anteriores, podríamos formular las siguientes sugerencias:

1.— Determinar con precisión y divulgar la misión que persigue cada empresa pública y fijar de manera explícita sus costos y beneficios sociales y económicos.

2.— Comparar y divulgar periódicamente los objetivos trazados por cada empresa con los resultados efectivamente alcanzados.

3.— Seleccionar a los directivos de las empresas, en sus distintos niveles, en función de sus antecedentes profesionales y de su probada aptitud, para desempeñar un puesto y no determinadamente con criterios de índole política y de ciclo sexenal. La tarea es de profilaxis contra la incompetencia.

4.— Establecer la obligatoriedad de que se publiquen periódicamente los estados financieros de todas las empresas del sector público.

5.— En aquellas empresas públicas de carácter monopólico, pensamos que es necesario formular y divulgar comparaciones periódicas de indicadores operativos y financieros con empresas de la misma rama industrial en otros países.

6.— Realizar una campaña sistemática, a nivel nacional y a través de todos los medios de difusión disponibles, para crear una mística y una conciencia de moralidad, de profesionalismo, de servicio, de calidad, de austeridad y de sentido de responsabilidad.

7.— Erradicar de los contratos colectivos, reglamentos y convenios de trabajo, los vicios o costumbres acumulados a lo largo del tiempo que atentan contra la productividad.

8.— Evitar la recurrencia de graves actos antisociales, provocados por grupos pequeños pero bien organizados que, obedeciendo consignas o por activismo político y escudándose en una aparente democracia, han impuesto sus decisiones en contra de la opinión de la "mayoría silenciosa".

**9.— Cerciorarse periódicamente que los sistemas de planeación y control cumplen cabalmente con su propósito.**

**Abrigamos la esperanza de que los comentarios formulados sean de utilidad y se incorporen al trabajo de relatoría de este foro.**

**Muchas gracias.**