



## Erin Brockovich (Steven Soderbergh, EEUU 2000)

Erin Brockovich es una madre soltera que busca un empleo desesperadamente y para mayor dificultad tiene un accidente del que no sale bien librada pues los prejuicios del juez hacen que su demanda sea rechazada. El abogado que había presentado la demanda se ve obligado a ofrecer un trabajo a Erin para ayudarla a salir de su situación. Su curiosidad y empeño hacen que Erin descubra un caso que puede ser muy importante para el despacho mientras abre un expediente de algo que parece ser un caso rutinario.

## LA ÉTICA EN LOS NEGOCIOS

En el mundo de los negocios, si hay un tema complejo y controvertido es lo que damos en llamar **la ética en los negocios**, especialmente cuando la ética se ha de enfrentar a la economía, demasiado a menudo la ética se nos adelgaza y pierde consistencia, aunque siempre todos lo negaremos hasta la saciedad.

En el caso concreto de esta película, una importante compañía de aguas sigue distribuyendo a sus consumidores a pesar de haber detectado unos componentes altamente tóxicos en uno de sus pozos, hecho este que provoca graves enfermedades a toda la población de un barrio.

Más allá de una valoración de los costes económicos que representaría para la propia empresa el haber cortado el suministro al detectar la grave incidencia, en éste caso se producen unas serias repercusiones sanitarias y sociales que parecen no tener, desde la óptica de la empresa, el valor que merecen. Es un caso claro de abuso de posición dominante dado el poder de la empresa frente a unas personas de clase modesta que intentan defender sus derechos y su salud.

Naturalmente este ejemplo nos sirve de guía y lo debemos considerar extremo, por supuesto que ninguno de nosotros antepondría los intereses de nuestra empresa frente a la salud de los clientes. Sin embargo, en ocasiones no es tan raro que algunas empresas –especialmente en momentos difíciles- frente a estimaciones de determinados costes tengan la tentación de dejar la ética un tanto relegada y pasar por ella de puntillas.

Vamos a explicarnos mejor. Sin llegar al extremo de utilizar la publicidad engañosa, tal vez explicar las verdades a medias, sobrevalorar determinadas cualidades de algo o, simplemente decir que las tiene cuando sabemos que no es cierto, no es algo tan extraño en el mundo de los negocios.

Uno de los ejemplos más flagrantes que, en opinión de los expertos, nos puede servir para ilustrar lo que decimos sería el caso de las pulseras magnéticas. Vendidas por millones hace solo algunos meses alegando sus propiedades curativas y energéticas, resulta que podría no haber nada de cierto en ello, aunque tampoco se les achaca efectos negativos. Digamos que sus promotores, caso de que fueran conscientes de ello, podrían haber estado jugando fuera de los límites de la ética.

Aunque no es necesario que haya premeditación. A menudo pasa que los controles de calidad sencillamente no son todo lo fiables o exhaustivos que deberían ser. Es cierto que se pueden argumentar costes, desconocimiento, falta de tiempo o cualquier otra justificación, pero a todos nos gusta que aquello que adquirimos nos dé las prestaciones, duración o efectos que nos están vendiendo. Y, si nos gusta cuando somos usuarios...

Vamos, que a nadie le gusta que le “vendan la moto”. Y esto no deberíamos olvidarlo cuando somos nosotros los que vendemos.

Como público todos somos conscientes de ello y cada vez valoramos más las etiquetas de comercio justo, alimentos no transgénicos, empresas responsables, etc. Bueno, algo habrá además de ganar dinero... O por lo menos, así nos gustaría que fuera.