

Del dicho al hecho, hay mucho trecho. Una reflexión sobre las organizaciones certificadas

Posiblemente el adagio popular del título tenga tanto sentido como el que se le quiera otorgar al "saber" popular, que no se nutre necesariamente de las investigaciones científicas, grandes procedimientos experimentales, ni aún de profundas reflexiones abstractas; pero sí del diario vivir.

Este dicho encierra una muy importante y significativa realidad: en temas de organizaciones hay un trecho supremamente grande entre lo que se predica y lo que se realiza. Y no siempre atribuible la culpa a quien lo tiene que hacer; a veces -la mayoría de ellas- debe pensarse en quién y cómo lo dice.

Hoy vivimos en otra de las modas que se han querido establecer en el medio, como lo es la certificación: nos certificamos en normas ISO, nos acreditamos ante pares académicos, obtenemos certificados de buenas prácticas de manufactura (para industrias de alimentos, farmacéuticas y similares), buenas prácticas de distribución, entre otras.

Pero aunque suene paradójico, empecé el párrafo anterior diciendo vivimos, aunque debiera decir padecemos, y pretendo simplemente argumentar por qué padecemos y no vivimos la nueva moda.

Por obra y gracia de un afán mercantilista, hoy las organizaciones están más empeñadas en parecer que en ser. Quieren parecer un crisol, vender la imagen de pulcritud, honestidad, solidaridad, respeto y lealtad, sin miramiento de que para lograr perpetuar tal imagen, tienen que pasar sobre las personas, sus sentimientos, sus afectos y sueños; por ello se padece lo que no se vive. Son múltiples las organizaciones, de todo tipo, que confunden los medios con los fines. Y las certificaciones, acreditaciones y demás procesos de normalización son medios para conseguir los objetivos, y no fines, como los estamos evidenciando en nuestra cotidianidad.

¿De que sirve la certificación de procesos bajo la norma ISO, si la autonomía se pisotea? ¿Si la capacidad decisoria de las personas se limita a decidir que orden debe obedecer? ¿Para que acreditaciones institucionales si se privilegia la mentira y el engaño, por encima de la verdad y la buena fe? Son preguntas que hay que tratar de responder desde la realidad de las organizaciones, y no por fuera de ellas.

El afán de obtener reconocimiento social se ha confundido con el poder usar un "slogan" publicitario pegajoso, y qué más pegajoso que decir "procesos certificados por... en normas ISO". Pero estamos perdiendo de vista que tal reconocimiento social no es y nunca será por los procesos, sino -y es una verdad redundante- por el producto. El producto del cual se puede beneficiar el entorno social.

No está ninguna Organización exenta de formular rimbombantes visiones, elaboradas misiones, postular excelsos valores; y negarse a reconocer que sus quehaceres son indignos, impropios de su naturaleza, de su razón de ser, de su objeto social. Contrario a los principios que promueve y difunde, pero ciega ante la evidencia de que su razón de ser, el hombre, está siendo dejado de lado, se empequeñece ante sus ojos, sus ideas preconcebidas, y no acepta disenso; y cuando se le plantea se siente agraviado y profundamente, herido en su auto-imagen.

Creo que no en vano he vivido la gran parte de mi vida vinculado a múltiples organizaciones, de todos los niveles y sectores de la economía, lo que me permite sostener, sin temor a equivocarme, que las organizaciones no son ni buenas ni malas; son el producto de lo que los hombres y mujeres que participamos de ella hacemos allí.

No hay organizaciones corruptas, insensibles y egoístas; hay personas corruptas, insensibles y egoístas, y a veces parece que se juntaran en la misma Organización. ¿Cuál es el afán de un reconocimiento externo, cuando al interior de las organizaciones se vive la envidia, el rencor, la trampa, el acoso?

No es desde afuera donde deben decirnos cuál es nuestra calidad; es desde adentro donde se debe construir el tipo de organización que queremos. Para no padecer, sino para vivir las organizaciones, es urgente volver a pensar en su razón de ser: la capacidad de reconocer que de manera individual tenemos más limitaciones para conseguir los objetivos y las metas propuestas, y que la única forma de lograrlos es a través del trabajo en relación y con los otros.

Luis Hernán Saldarriaga

Psicólogo USB. Docente del Programa de Psicología
FUNLAM



JUGADORES
1981. Óleo sobre lienzo, 120 x 170 cms.
Enrique Grau

