

REFLEXIONES SOBRE EMPRESA Y SOCIEDAD

Saber



Pilar Almagro
Directora General Grupo VertiSub
www.vertisub.com



Imagen. *Quién es poseedor de saber, adquiere una responsabilidad, la de usarlo. Se es valioso en la medida de lo que ofreces, no de lo que guardas para ti. ¿Qué valor tiene un barco varado si no es el de evocar con nostalgia lo que pudo haber sido y no fue?*

Se es valioso en la medida de lo que ofreces, no de lo que guardas para ti. El nivel de conocimiento de una empresa es una ventaja competitiva fundamental, siempre y cuando se lleve a la práctica. Tiene la gran cualidad de que se puede crear, transmitir y controlar. Es posible además compartir el saber sin desposeer a quien lo tiene. El saber enriquece a quien lo recibe a la vez que engrandece a quien lo da.

El conocimiento, o bien es preexistente y se transmite, o bien se crea. En el transcurso de ambas opciones subyacen unos valores distintos. En la creación de conocimiento, la fuerza impulsora es la pasión por saber, la búsqueda, la aventura, la osadía, lo nuevo, la pulsión de construir. En la transmisión del conocimiento, los valores subyacentes son los de la tradición, la herencia, la copia realizada con esmero.

El saber (aquí emplearemos saber y conocer como sinónimos) puede ser aprendido y heredado, lógico o intuitivo, transmitido o creado, mas la rica realidad humana del saber disfruta de proporciones y matices de todas sus cualidades.

Mas toda virtud apela a su correlato como todo derecho invoca a un deber. Quien es depositario de saber adquiere una responsabilidad, la de usar ese saber. De este modo, el nivel de conocimiento de una persona o de una empresa siendo una ventaja a la hora de competir, implica a la vez una responsabilidad. Incluso entendemos que se es responsable de la propia ignorancia cuando pudiendo y debiendo saber, no se sabe.

Cultura del saber

Ya hemos visto que una cultura centrada en el saber se fundamenta en unos profundos valores tendentes al perfeccionamiento humano. Si esa tendencia consigue avances filosóficos (ideas), estéticos (obras artísticas, diseño), científicos (descubrimientos), técnicos (invenciones) y de gestión (organización del trabajo, nuevos mercados).

La historia nos brinda ejemplos en los que ese dominio intelectual y práctico se traduce, con el tiempo, en un dominio económico y social que puede materializarse en grandes logros para la humanidad o en tiranías. Para evitar lo segundo, es necesario añadir al valor del perfeccionamiento humano el de la responsabilidad de usarlo y difundirlo, pues el riesgo del acúmulo de conocimiento-poder es enorme.

Es un hecho que el saber puede utilizarse para hacer el mal, mas eliminar el saber para obviar ese problema sólo nos retornaría a las cavernas donde, por cierto, tampoco se elimina el mal.

Tal vez la solución sea fragmentarlo y hacerlo accesible como frutos comercializables a los habitantes del planeta mediante el sistema de mercado. Hoy abandonamos aquí esta reflexión que ya retomaremos en el futuro.

Educación

Hemos insistido a lo largo de estas páginas dominicales de REFLEXIONES DE EMPRESA Y SOCIEDAD sobre la capital importancia de afrontar el gravísimo problema de la educación en España que no se soluciona acumulando reforma tras reforma en la que todo cambia para que nada cambie, ni de pasar de curso a los alumnos que no saben, con la vana esperanza de disfrazar el fracaso escolar.

Si no somos capaces de crear una atmósfera en la que se ame el saber ¿cómo entonces transmitirlo?. Difícilmente se puede enseñar lo que no se vive con pasión. El amor a las matemáticas les ha de venir a los niños de maestros que se entusiasman con las matemáticas. El amor a la ciencia, a la lengua, a la historia, igualmente sólo podrá contagiarse por maestros que se apasionen con sus disciplinas y las comprendan con esa comprensión profunda que sólo puede venir de la devoción por ellas. La profesora de castellano de mis hijas, que sin duda siente dilección

por el Quijote, les ha transmitido su encanto para siempre. ¿Quién no recuerda al maestro que nos hizo sentir esa intensa alegría que nos transforma cuando aprendemos?.

El nivel de conocimiento de una empresa es una ventaja competitiva fundamental, siempre y cuando se lleve a la práctica. Tiene la gran cualidad de que se puede crear, transmitir y controlar

En una conversación el otro día, un amigo me manifestaba su preocupación sobre el reto de difundir conocimiento frente al riesgo actual de infantilización de la formación de nuestros estudiantes, ante la exigencia creciente de que desarrollen un puro conocimiento práctico y no la capacidad de pensar, íntimamente ligada a la libertad y al progreso. Pero ¿cómo ges-

tionar lo que desconocemos? ¿Cómo controlar al que gestiona? Complicado, porque el exceso de control es paralizante.

Probablemente, me decía, el éxito al que aspirar radicaría, como ocurre muchas veces en medicina, en convertir en crónica una enfermedad que podría matarnos, como se ha conseguido, por ejemplo, con el SIDA (lo mejor es enemigo de lo bueno). Así, promoviendo una sociedad de ciudadanos cultos y críticos, con la libre circulación de la información, y protegiendo los marcos de libre mercado y libre competencia, actuando puntualmente cuando se conozcan casos excesivos, se puede ir tirando. Ese es el éxito, hasta ahora, de las sociedades occidentales, llenas de injusticias pero no al extremo de comprometer la supervivencia, de momento. En otros entornos, como África, es casi incompatible con la vida.

¿Como va a haber innovación si anulamos el pensamiento creativo que es pensamiento divergente, esto es, entender que no hay solo una solución sino muchas posibles soluciones, especialmente en lo que se refiere a la producción de ideas?. Evidentemente, eso requiere contagiar curiosidad, afán de manipular los objetos, capacidad para encontrar interrogantes y para estructurar de otra forma las ideas. Para lograrlo se tiene que instaurar el entorno que propicie el acercamiento amoroso a las personas y a las cosas, es decir, el verdadero interés y la capacidad de asombro.

Cuando vibra esta íntima cuer-

da humana del encanto, las ideas creativas aparecen. ¿No es ese el secreto del MIT (*Massachusetts Institute of Technology* <http://web.mit.edu/>) con 73 Premios Nobel, muchos de ellos de sus propios alumnos? Pues hagamos un mundo MIT, no de personas excelentes en las mismas capacidades, mas si de personas excelentes en sus particulares capacidades.

Una cultura centrada en el saber se fundamenta en unos profundos valores tendentes al perfeccionamiento humano

Educación y saber en la empresa

Las empresas debemos poder contar con un mercado de trabajo que provea de esas personas bien formadas y capaces de pensamiento creativo que al sistema educativo corresponden preparar. Personas así, seguramente tendrán muchas ganas de llevar a la práctica sus saberes.

Hoy esto solo ocurre así acaso en algunos niveles superiores. Sectores enteros sufrimos graves carencias de formación profesional. En la práctica estas carencias las ha de solventar la propia empresa invirtiendo recursos en una labor que no le es propia, que hace deficientemente y que le provoca pérdida de competitividad.

Es difícil tarea para una empresa intentar enseñar a personas que han sido reiteradamente defraudadas por el sistema educativo y recelan de todo aquello relativo al estudio, cuando para lo que está preparada una compañía es para producir.

La empresa debe poder contar con personas capaces, lo cual es una responsabilidad de la sociedad toda y del sistema educativo en particular, para, a partir de él liderar una cultura innovadora en su ámbito, que ésta sí es su misión.

Innovación

La innovación es la explotación del conocimiento. Se trata de la creación y explotación de ideas, productos, mercados, procesos o sistemas de gestión. Con ello se pretende conseguir rentabilidad y crecimiento de la empresa y como consecuencia de la sociedad humana y es que uno es valioso en la medida de lo que ofrece, no de lo que se queda para sí. Hemos cruzado el umbral de la **responsabilidad del saber**.