

LAS ORGANIZACIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR Y LA IMPORTANCIA DE SU PROYECCIÓN SOCIAL EN EL ÁMBITO DE SUS ÁREAS DE INFLUENCIA

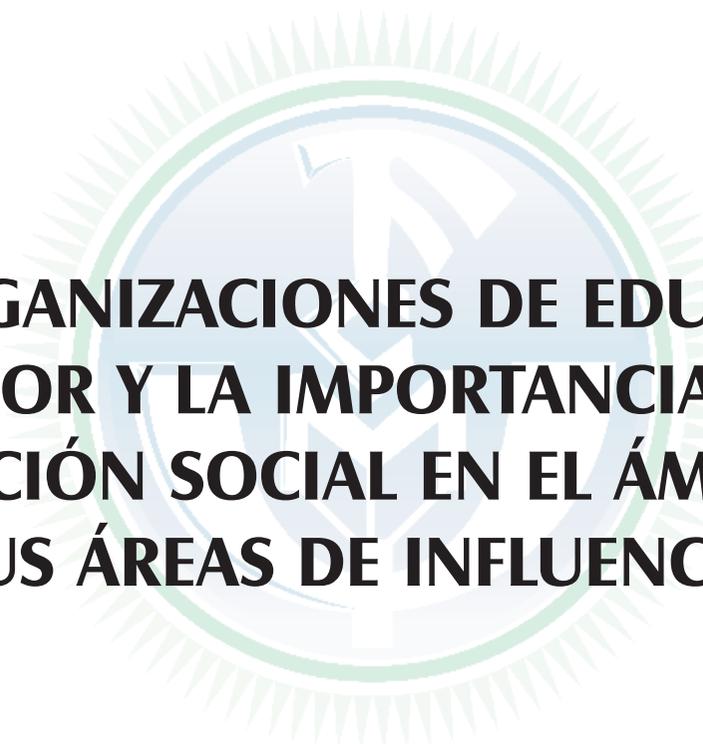


JUAN MANUEL ESTRADA JIMÉNEZ
GRUPO DE INVESTIGACIÓN DESARROLLO ORGANIZACIONAL



FUMC
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA MARÍA CANO
PRINCIPIOS QUE CONSTRUYEN FUTURO

www.fumc.edu.co



**LAS ORGANIZACIONES DE EDUCACIÓN
SUPERIOR Y LA IMPORTANCIA DE SU
PROYECCIÓN SOCIAL EN EL ÁMBITO DE
SUS ÁREAS DE INFLUENCIA**

**LAS ORGANIZACIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR
Y LA IMPORTANCIA DE SU PROYECCIÓN SOCIAL
EN EL ÁMBITO DE SUS ÁREAS DE INFLUENCIA**

JUAN MANUEL ESTRADA JIMÉNEZ
GRUPO DE INVESTIGACIÓN DESARROLLO ORGANIZACIONAL

COINVESTIGADORES:

**JENNY GUTIÉRREZ GÓMEZ
JUAN PABLO VELÁSQUEZ
EDDY CORTÉS MURILLO
DIEGO LEÓN FLORES
DIEGO RAÚL CARMONA**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA MARÍA CANO
CENTRO DE INVESTIGACIONES Y DESARROLLO EMPRESARIAL
MEDELLÍN
2011**

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA MARÍA CANO

Las organizaciones de educación superior y la importancia de su proyección social en el ámbito de sus áreas de influencia.

Primera edición, 2010

ISBN: 978-958-98778-5-2

© Autor principal:

ESTRADA JIMÉNEZ, Juan Manuel

Coautores:

VELÁSQUEZ PÉREZ, Juan Pablo; FLORES CORREA, Diego León;

CARDONA ECHEVERRI, Diego Raúl; CORTÉS MURILLO, Eddy;

GUTIÉRREZ GÓMEZ, Jenny.

Autoridades académicas:

Próspero José Posada Myer, Rector

Oscar Alberto Gaviria Palacio, Vicerrector Administrativo

Francy Pérez Franco, Vicerrectora Académica

Sandra Mónica Ramos Ospina, Directora del Centro de Formación Avanzada

Amilbia Palacios Córdoba, Decana de la Facultad de Ciencia de la Salud

John Arbeláez Ochoa, Director del Centro de Investigación y Desarrollo

Empresarial

Revisión de textos:

Ofelia Peláez

Diagramación:

Infomedia

© FONDO EDITORIAL

Cátedra María Cano



Se permite la reproducción parcial, siempre que se cite la fuente.

El contenido es responsabilidad del autor.

TABLA DE CONTENIDO

	Página
PROLOGO.....	6
INTRODUCCIÓN.....	8
UNIDAD 1 LA MISIÓN Y LOS VALORES DE LAS ORGANIZACIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR.....	27
UNIDAD 2 LA EXISTENCIALIDAD DE LAS ORGANIZACIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR.....	58
UNIDAD 3 LA MISIÓN COMO INSTRUMENTO DE CONCIENCIA.	107
CONCLUSIONES	
UNIVERSIDAD Y DESTINO CULTURAL.....	143
BIBLIOGRAFÍA.....	179

PRÓLOGO

Partiendo de una contextualización de la solidaridad como experiencia social y principio comportamental comunitario, los autores plantean que la misión corporativa es un instrumento organizacional por medio del cual las instituciones de educación superior realizan intercambios materiales e inmateriales con las comunidades que configuran su entorno.

La institución de educación superior de la que hablan los autores es una organización productiva, no sólo a nivel científico y filosófico, sino también a nivel económico, técnico y social. La continuidad histórica de una organización de educación superior en una sociedad capitalista y neoliberal, no solo se funda en su capacidad de hacer evolucionar el conocimiento, sino también en su capacidad de acumular riqueza material y de dignificar esa riqueza por medio de su uso bajo principios de responsabilidad social.

El instrumento ideológico y administrativo que usa la organización de educación superior para establecer vínculos de solidaridad con las comunidades, y para generar un crecimiento científico y económico en esas mismas comunidades, es la misión corporativa. La misión es una

matriz a partir de la cual se constituyen y reconstituyen los valores, los símbolos y las creencias de los integrantes de la corporación, pues la misión es el elemento que determina la cultura corporativa y sus elementos.

En esta obra se realiza una lectura de las organizaciones de educación superior como generadoras de conocimiento, como focos de transformación cultural, como generadoras de dinamismos de cambio social, pero también como generadoras de condiciones económicas y productivas, puesto que, como dice Peter Drucker, la organización de educación superior, no sólo contrata profesionales, sino que además, los forma. Estas organizaciones construyen en sus estudiantes formas de entender su profesión y estrategias para construir mercados con base en los conocimientos profesionales construidos. En este caso las profesiones generadas en el contexto de las organizaciones de educación superior son instrumentos para que el profesional de las sociedades del conocimiento se articule de manera autónoma en los sistemas productivos que le ofrece la cultura y construya una situación de poder social respaldada institucionalmente por el sistema educativo.

Próspero José Posada Myer

Rector Fundación Universitaria María Cano.

INTRODUCCIÓN

El grupo de investigación en Desarrollo Organizacional de la Fundación Universitaria María Cano plantea, a través de esta obra, que la proyección social de las organizaciones de educación superior puede considerarse un gran acto de solidaridad. En el contexto de esta investigación se puede decir que existe una ética de la solidaridad que fundamenta prácticas políticas y sociales, así como procesos de participación comunitaria. La ética de la solidaridad es una actitud constructiva por medio de la cual se edifican patrones de convivencia en los que hay conexión con la otredad.

No se trata entonces de una ética de la solidaridad inserta bajo una programación sistemática sin fundamento moral alguno, se trata de una ética de la solidaridad enseñada a través un aprendizaje cuyo referente está en la familia, la sociedad y, por supuesto, en la universidad. Es ésta, al igual que la familia, una gran estructura para la generación de una ética de la solidaridad en un entorno socavado por intereses particulares que hacen que el ser humano participe de una constante polaridad entre el bien y el mal.

La universidad es oportunidad siempre que sea emplea-

da como pedagogía referenciada en el otro, siempre que existan prácticas políticas, sociales y morales que permitan el desarrollo de la cohesión y participación social en beneficio de todos. Las prácticas políticas necesariamente deben fomentar la participación de todos, las sociales ahondar en el apoyo mutuo y las morales por su parte, generar la idea y la apropiación del concepto mismo de solidaridad.

Es imposible construir un concepto de solidaridad distante del contexto de lo real, es decir, se puede ser solidario en tanto adquiera consciencia de con quién debo ser solidario, dado que el otro es mi referente y en el otro materializo mi creencia de ser solidario. Así pues, la solidaridad no puede ser una utopía, debe hacer parte de un contexto, del contexto de lo real.

De la misma manera en que se experimenta ese sentimiento tan sublime que es el amor, se debe vivir la solidaridad como un sentimiento más en nuestras vidas. Se es solidario en la participación cotidiana con el otro, en el dar y querer dar, no sólo como acción benefactora que procura el bienestar propio, sino como el ser y hacer parte de una comunidad en la cual los lazos de participación y cooperación trasciendan de un proyecto de vida propio a un proyecto de vida comunitario.

En el contexto de la solidaridad, la universidad aparece como institución social que se adhiere a las causas sociales y personales, como una institución que se une con las comunidades para generar el bien común, para refinarlo y para ampliarlo.

La unión a otras personas o comunidades en cuyo propósito se encuentra una serie de intereses y necesidades compartidas, permite descubrir una categoría más de lo que es la solidaridad, particularmente lo que implica una solidaridad globalizada. Si se habla de una solidaridad comunitaria, parece como si estuviese circunscrita exclusivamente al contexto local. Sin embargo, en estos inicios del siglo XXI predomina la noción de “Aldea Global”, lo que complica un poco más el acercamiento a lo que es la solidaridad entre la comunidad y sus instituciones; la universidad en este caso, pues en muchos casos ser solidario en un contexto local es tarea de titanes, más lo será al atreverse a hablar de un contexto global en el cual están de por medio, no sólo entidades territoriales, sino además políticas de orden internacional; estas políticas entonces obligan a hacer análisis socioculturales sobre el mundo entero.

Cada vez la brecha entre ricos y pobres es mayor, con el agravante de que los pobres son muchos y los ricos muy poquitos, lo que lleva a pensar que en términos de globalidad se está muy lejos de ser equitativos, pero ese conocimiento de lo global puede ser herramienta, en tanto favorezca una manera de pensar globalmente y se actúe de manera local, pues los alcances de la solidaridad aún no han trascendido los vericuetos del entorno local.

La universidad asegura el bien común en tanto que se convierte en una institución ligada a otras instituciones y a redes sociales, en tanto que se une, cohesiona y articula en condiciones de igualdad con los centros de apoyo social configurados por las instituciones sociales en general. La universidad, como institución cultural, debe unirse con otras fuerzas culturales para pensar un planeta equilibrado, sin ricos ni pobres.

La universidad como centro de solidaridad configura un centro de crítica social desde el cual el gran negocio de la mala noticia que montaron los medios de comunicación, por ejemplo, se convierte en objeto de estudio, pues en el mundo de la globalidad la organización de educación superior entra como centro de perfeccionamiento de lo mejor que hay en la raza humana, en un centro en el cual se

hace entonces imperativa la necesidad de ahondar en el ser humano y descubrir su carácter altruista como insumo de un porvenir, es decir, de un futuro en el cual el bien común efectivamente sea común a toda latitud humana, a todo modo de pensar cuyo centro sea necesariamente el otro.

En una sociedad se participa con el otro, sin esta participación no es posible la solidaridad, que le permite al ser humano relacionarse, integrarse y hacerse parte de la vida del otro y de su porvenir. Pero contar con que nuestras vidas se hacen parte de la vida del otro, no puede ser una utopía, es una manera de dirigir esfuerzos hacia la solidaridad, pues ella misma es un reto y en tanto el reto sea asumido por toda una comunidad, se podrá alcanzar esa adhesión a la causa de la otredad.

De esta manera, al hablar de participación, interacción y adhesión al otro, asumimos la solidaridad es una meta por medio de la cual se busca cohesionar la sociedad y trascender las distinciones raciales, sexuales, etáreas, educativas, etc. porque hablar de solidaridad en el contexto de la universidad es hablar de manera plural, no en primera persona, sino en términos de relaciones recíprocas que inequívocamente orientan las comunidades hacia un me-

por modo de vida.

La universidad enseña a las personas a entenderse como partícipes del destino y el porvenir del otro, sin referentes condicionales; el ser humano no está solo, es de naturaleza sociable y esto hace imposible pensar en términos misantrópicos, esto en cuanto al carácter social que hace parte de la configuración del ser humano como estructura subjetiva articulada al mundo productivo de la educación. Pero pese a esto la universidad también es formadora de individualidad, necesaria en la constitución de la persona; formadora de una individualidad se vive como conciencia de que el ser es único, sociable por naturaleza: solidarios.

Dado lo anterior, al hablar de bien común, no debe quedarse en meros circunloquios, no se trata de hablar por gastar palabras, ni por el ejercicio que conlleva el articularlas. Hay que generar proyectos solidarios en los cuales coexista un verdadero compromiso con el otro.

La universidad se orienta hacia la construcción de modos de vida encaminados hacia la especialización de situaciones de conocimiento, en las que confluyen intereses sociales compartidos y se eluden juegos de poder. La universidad, como centro de solidaridad corporativa, usa el

conocimiento que genera y que hace circular a través de ella, para generar proyectos solidarios en los que se incluya un futuro posible y una sociedad mejorada.

En un sentido se puede decir que la universidad es un centro de construcción de amor por el prójimo y el mundo en el que vive. San Lucas (Lc. 6, 27) describe un bello pasaje en el cual Jesús, luego de haberse retirado a orar regresa y, en medio de una multitud habla de amar, inclusive a aquellos que nos ofenden. Inicia diciendo así: “Ahora bien, a vosotros que me escucháis digo yo: amad a vuestros enemigos: haced bien a los que os aborrecen”. Y continúa diciendo (Lc. 6, 30-34): “A todo el que te pida, dale: y al que te roba tus cosas: no se las demandes. Trata a los hombres de la misma manera que quisierais que ellos os trataran a vosotros. Que si no amáis sino a los que os aman, ¿qué mérito es el vuestro? Porque también los pecadores aman a quien los ama a ellos. Y si hacéis bien a los que bien os hacen, ¿qué mérito es el vuestro? Puesto que aún los pecadores hacen lo mismo. Y si prestáis a ellos de quienes esperáis recibir recompensa, ¿qué méritos tenéis? Pues también los malos prestan a los malos, a trueque de recibir de ellos otro tanto”. Se podría decir, siendo un poco idealistas, que en la universidad también se debería aprender a amar sin esperar recompensa, que

es la concepción más sublime que puede existir de la solidaridad. No obstante, siempre se espera dar a cambio de recibir algo. Ser solidarios es dar, so pena de sacrificarse por el otro, es dar a todo aquel que demande una necesidad, y así como dice Jesús, se requiere tratar a los hombres de la misma manera que ellos trataran a cada uno, lo cual trasciende los límites del egoísmo.

Como centro de construcción de una conciencia colectiva y de los valores asociados a la solidaridad, puede entenderse la universidad como centro de construcción de lo que se puede llamar un amor sociológicamente entendido. Sin un ambiente de generosidad, la universidad como empresa, se convierte en un centro de capitalismo en el cual los contenidos del proceso educativos se vuelven secundarios frente a la ganancia que dejan las vinculaciones de estudiantes. La solidaridad es una forma que asume la vida social, una forma en que se concibe la educación como proceso social y no personal, dado que se construye ese horizonte en función de saber que al servir de apoyo a las personas se encontrará apoyo propio, de eso se trata el bien común construido en el ámbito de las organizaciones de educación superior, centros de construcción colectiva de un horizonte que permita pensar un futuro mejor.

El bien común procura alcanzar tales condiciones de vida de un individuo en una comunidad, pero a su vez es la comunidad misma en quien en primera instancia se debe pensar esas condiciones de vida como eje central de las interacciones del colectivo. La universidad está llamada a repensar la forma de ver al ser humano, a ver más allá de los propios ojos, sin categorías fronterizas, sin apelar al egoísmo, pues dar es dar, sin condiciones, en el dar está implícito el recibir, puesto que más que pensar un “yo”, es necesario pensar un “nosotros”. Sin embargo, ésta no es una tarea fácil, se trata de generar espacios de reflexión en torno a la comunidad y estos espacios no se logran a través campañas publicitarias en las que el dar es aparecer ante el otro, se logran en pequeños grupos de coparticipación comunitaria, en el hogar, en la universidad, en el grupo de amigos. Por eso la labor de las organizaciones de educación superior en este sentido debe estar orientada a ser gestora de campos sembrados de cooperación y participación para que se pueda decir que es una sociedad solidaria.

En el contexto educativo resulta absurdo pensar que todos viven en una realidad diferente a la realidad del otro, muchos están en una propia cápsula de cristal ensimismados en la propia realidad y sin pensar que hay otro que siente,

que vive y que puede imaginar la vida de una manera diferente. Por eso hay insolidaridad, porque no se imagina un mundo en función de cada uno, que cree que los demás tienen que actuar según los propios criterios y aquel que no actúa de la manera en que cada uno piensa, entonces se discrimina, de allí el egoísmo y la falta de amor, pues la insolidaridad es justamente falta de amor.

En términos de creación de condiciones de solidaridad, el sistema de valores de las organizaciones de educación superior puede entenderse como una manera de pensar al otro, de ser sensible frente a su condición, de asumir un compromiso de vida en un entorno social y educativo, de generar prácticas creadoras de bienestar, proyectos pedagógicos articulados con una realidad circunscrita en el entorno social. El sistema de valores de las organizaciones a las que se hace referencia, debe ser una forma de vivir en la cual la persona apoye con el otro para alcanzar la dignidad que sólo se logra en la comunidad.

La organización de educación superior ubicada en el contexto colombiano, no sólo enfrenta el elevado nivel de indigencia que ocupa las calles, sino también un elevado nivel de indiferencia el que invade los corazones. A la indigencia no se le procuran soluciones, se logra, más

bien, despertar compasión. Pero una organización de educación superior, llena de gente sintiendo compasión sin capacidad de actuar en consecuencia, es un contexto carente de sentido, aunque sentir compasión por el otro indudablemente se constituye en un sentimiento creador en la medida en que es la base para generar acciones solidarias con ese otro. Por eso la problemática ante la indigencia, por ejemplo, no es el dar una limosna, de hecho esa es la problemática misma; ante esta problemática se deben generar estrategias de vida, pues ¿quién desearía vivir en tales condiciones?

La solidaridad, como sistema de valores, debe ser expresión y acción de respeto, convivencia, tolerancia y compasión ante aquello que le falta al otro.

Al hacer una revisión del término y particularmente refiriéndose a los sinónimos que puede tener la palabra solidaridad, se encuentra en el Diccionario océano de sinónimos y antónimos: “Unión y apoyo, respaldo, hermandad, ayuda, favor, defensa, protección, adhesión, fraternidad, lealtad, amor, identificación, asociación” y en este sentido, seguramente el diccionario de sinónimos y antónimos se queda corto, pues cualquier expresión benévola hacia el otro puede ser sinónimo de solidaridad. Conviene pues

pensar en qué medida estos sinónimos hacen parte de la verdadera escala de valores, hasta qué punto se ha educado en términos de solidaridad o hasta qué punto el egoísmo es el centro de la existencia.

Si se piensa en el ejercicio de prestar al otro algo, se cae en la cuenta de que se presta algo y junto a ese algo se van las preocupaciones, temores y pensamientos de amargura, pues el prestar conlleva un compromiso por parte del otro, que implica que necesariamente el otro tiene que pagar. Sin embargo, el dar implica libertad, al dar no se coarta la idea de verificar cuando se ha de pagar. Es tanta la costumbre de condicionar la solidaridad, que se olvida el dar, por eso ser solidarios es tan difícil.

Ahora bien, en el mismo diccionario, están como antónimos de la palabra solidaridad: “Insolidaridad, indiferencia, egoísmo, desamparo”. Tales antónimos son justamente lo que debería estar enfrentando la organización de educación superior como centro de conocimiento especializado.

Lo que aquí se pretende es lograr una reflexión en torno al otro como entidad que se enfrenta en las universidades, y no es posible pensar al otro sin concebirlo desde la solidaridad misma, desde los albores del compartir, desde

una mirada al sistema de valores en función del otro. Así pues, el pensar solidario lleva al pensar en el ser humano, es decir, es una categoría que involucra el beneficio, tanto de una persona, como de una sociedad en sí, con sus simplicidades y complejidades, pero siempre en función de una sociedad, dado que es en la comunidad en donde se encuentra con el otro como referente, y la organización de educación superior, ciertamente es una configuración de vida comunitaria que asume una sociedad.

El Congreso de la república de Colombia, en la Ley 30 de 1992, por la cual se organiza el servicio público de la educación superior, dice: “La Educación Superior es un proceso permanente que posibilita el desarrollo de las potencialidades del ser humano de una manera integral, se realiza con posterioridad a la educación media o secundaria y tiene por objeto el pleno desarrollo de los alumnos y su formación académica o profesional”. De esta manera inicia la Ley 30 de 1992, en su Artículo primero. Así pues, las universidades adquieren un compromiso social, en tanto deben garantizar el pleno desarrollo y formación académica de sus docentes, pero este compromiso debe trascender las fronteras de sus estructuras arquitectónicas en cuanto a la universalidad que implica su contexto, es decir, que tal desarrollo y formación académica deben po-

seer una idea de futuro dado que es en las universidades en donde se forman aquellos que generarán estrategias de impacto social, es decir, que así como se afirmó antes, es necesario generar proyectos solidarios en los cuales co-exista un verdadero compromiso con el otro.

Continúa diciendo la Ley 30 en su artículo cuarto que “La Educación Superior, sin perjuicio de los fines específicos de cada campo del saber, despertará en los educandos un espíritu reflexivo, orientado al logro de la autonomía personal, en un marco de libertad de pensamiento y de pluralismo ideológico que tenga en cuenta la universalidad de los saberes y la particularidad de las formas culturales existentes en el país. Por ello, la Educación Superior se desarrollará en un marco de libertades de enseñanza, de aprendizaje, de investigación y de cátedra”. Es posible ver entonces que se requiere despertar en los futuros profesionales un espíritu reflexivo orientado a ser solidario, puesto que si se considera un pensamiento y a su vez una ideología centrada en el otro, el aprendizaje adquiere sentido.

No se trata de formar personas por el hecho mismo de formarlas, se trata de ver que es en las universidades en donde se generaran las estrategias del mañana. De allí que

el compromiso es enorme, no sólo desde las instancias administrativas de éstas, sino también desde la formación que en calidad de docentes se está brindando a los futuros profesionales. Cada uno de los integrantes del sistema educativo debe asumir con un vehemente compromiso el concepto de solidaridad en los procesos de formación, pues una formación pensada en términos de solidaridad es semilla de un prolífico mañana en el cual se aprenda el valor de ser solidario.

La educación cumple una función integradora en un entorno que requiere de justicia y equidad, no se concibe otra manera de pensar la educación si no es en términos de justicia, equidad, y por supuesto, de solidaridad, pues en la universidad se aprende a pensar de un modo diferente, se aprende que no tiene sentido adquirir una formación si no es función del otro, cualesquiera que sea el área de aprendizaje, siempre cada uno esté orientado al otro.

La Constitución Política de Colombia, (véase Artículo 95, Numeral 2) al hablar de los deberes de la persona y del ciudadano, dice que se debe “obrar conforme al principio de solidaridad social, respondiendo con acciones humanitarias ante situaciones que pongan en peligro la vida o la salud de las personas”. Sin embargo, estas situaciones

de peligro no son solamente aquellas que demandan una atención inmediata, pues más que ser bondadoso, es necesario estar lleno de valores y sentido de humanidad con los demás.

En su Artículo 67, La Constitución Política de Colombia dice que: “La educación formará al colombiano en el respeto a los derechos humanos, a la paz y a la democracia...” y esta democracia lleva necesariamente a pensar el concepto de solidaridad, pues en las universidades se brinda a los estudiantes elementos de valor en una sociedad que demanda profesionales comprometidos con los demás, que, así como lo dice la Constitución, estén formados respetando los derechos humanos, la paz y la democracia.

La dificultad radica cuando ese saber se centra en función propia, sin considerar que es sólo a través del impacto que el saber adquirido tenga cómo puede ser medido el aprendizaje adquirido. No tiene sentido para un médico formarse durante largos años de vida, si su aprendizaje no será de utilidad para una comunidad de personas que requieren de sus servicios, igualmente un arquitecto no diseña edificios si no es en función de quienes los habitarán, por tanto el aprendizaje será vacío si no es orientado al otro, y de esta manera se puede ser solidario, en tanto mi saber

sea proyectado a la necesidad del otro.

Lo anterior adquiere sentido cuando se requiere de otros profesionales que sirvan para dar respuesta a necesidades propias. Inclusive, desde una misma área del saber, no se es autónomo en dicha área: un odontólogo busca a otro odontólogo para que le sane sus dolencias relacionadas con su disciplina, así pues, la universidad genera una universalidad de saberes que interactúan entre sí, y eso es lo que hace tan permeable la individualidad, en tanto se coexiste con otros profesionales que se procuran bienestar entre sí.

Así pues la solidaridad, desde el punto de vista de la universidad, debe ser motor generador de equidad. No en vano a los estudiantes en práctica se les hace seguimiento en función del impacto social que su saber tiene y esto no es más que un indicador de solidaridad. Si bien es cierto que muchos de esos indicadores están orientados a medir resultados en términos económicos, también es cierto que esos resultados provocan incidencia en aquellos en quienes se ha recibido el servicio.

Pero el compromiso no es sólo de las universidades, sino además de educadores comprometidos, con la creencia

firme de que la solidaridad es el camino que genera el verdadero cambio social que tanto se necesita; educadores conscientes de que es en las escuelas y universidades en donde se está edificando el futuro de las naciones. El compromiso pues de las universidades es seleccionar docentes comprometidos con este deber, no se trata solamente de contar con docentes que apenas ofrecen a sus estudiantes insípidos conocimientos, poco innovadores y sobre todo, que no generan en los docentes motivación por ser solidarios.

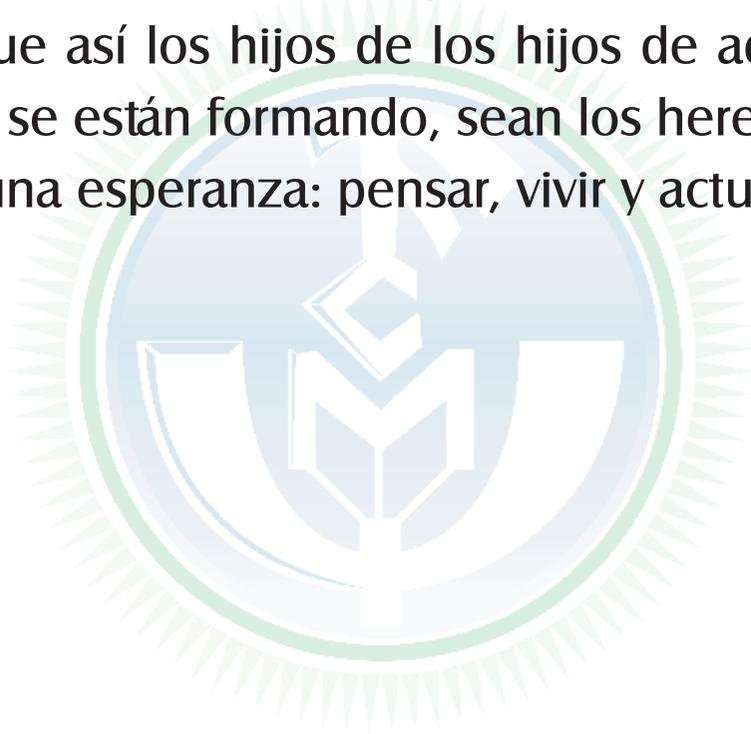
Los docentes no son responsables de impartir cátedras de solidaridad, pues ésta es un estilo de vida, ésta se enseña en el diario vivir, en las interacciones en el aula de clase y por fuera de ella, se enseña a ser solidario en la medida en que sea proyectado el rol del futuro profesional en función del servicio y no de mero mercantilismo.

Así pues, este ayudar debería ser visto como una más de las competencias que se evalúan, no solo en las empresas, sino también en los futuros profesionales: la competencia de ser solidario.

En la universidad se forman comunidades que deberían trascender las fronteras del saber hasta alcanzar un saber

solidario capaz de generar impacto social; desde esa comunidad micro debe existir una proyección macro, y a su vez esta proyección macro debe alcanzar los minúsculos recovecos de una sociedad que sin solidaridad dista de ser justa, equitativa y en paz.

En las universidades está la esperanza de forjar un porvenir para que así los hijos de los hijos de aquellos que actualmente se están formando, sean los herederos de lo que hoy es una esperanza: pensar, vivir y actuar solidariamente.



UNIDAD 1

LA MISIÓN Y LOS VALORES DE LAS ORGANIZACIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR

El mundo de las organizaciones de educación superior fundamenta sus acciones en un conjunto de convicciones comportamentales y teleológicas; también en sus acciones en un conjunto de teorías con algunas componentes de tipo ideológico y emocional, que se usan para regular las relaciones entre la persona y la otredad, y en un conjunto de finalidades hacia las cuales tienden los comportamientos configurando un porvenir corporativo, un destino institucional.

Este conjunto de convicciones son los valores corporativos, que poseen un elemento conceptual, gracias al cual pueden ser enunciados y argumentados, gracias al cual pueden convertirse en instrumentos para el análisis y la reflexión, pero también poseen una componente emocional, que involucra el aspecto afectivo y sentimental de la persona, que fundamenta sus actos y sus palabras en ellos. Los valores confieren una dirección, una intensión y un significado a la acción humana, y se constituyen como dinamizadores de esta acción en el plano de las relaciones interpersonales. Entendiendo las ocupaciones como accio-

nes corporativas organizadas, se afirma que cada conjunto de ocupaciones dentro de una organización educativa configura un universo de valores, y la educación educativa en sí misma constituye un universo axiológico, y esto se debe a que posee una misión corporativa que diferencia su singularidad institucional.

“Los valores son un aspecto relevante dentro de la organización porque constituyen la base de su comportamiento. Sobre los valores organizacionales se justifica la inducción de personal, así como las acciones de capacitación, pues uno de los objetivos de esta función pretende el cambio de actitudes como proceso de transmisión de los valores organizacionales”. (Llanos, 2005. Pág. 20).

Los valores, entonces, no sólo constituyen un fundamento para la acción sino también los principios pedagógicos y educativos que determinan los procesos investigativos, formativos y relacionales que dinamizan la vida institucional. Los valores son el fundamento de la misión organizacional, pues si ésta direcciona a la organización, es gracias a que expresa unos valores corporativos, a que los convierte en elementos fundamentales de un discurso corporativo. Es gracias a los valores que fundamentan la misión organizacional como ésta se convierte en un factor

integrador de las voluntades, pues gracias a ellos el sentido de pertenencia corporativo congrega a las personas en el intento de evitar que la presión histórica desintegre la corporación.

“Los valores organizacionales son términos subjetivos que apoyan creencias acerca de las cosas, hechos o actos, sobre su aceptación o rechazo, o bien, sobre su contenido moral; se encuentran vinculados directamente con la misión de la empresa, con lo que desea y quiere lograr, son ideas que rigen la conducta de los empleados en toda la organización y a todos los niveles”. (Llanos, 2005. Pág. 20)



Fuente: <http://tutorpyme.wordpress.com/2011/08/11/%C2%BFhemos-recapitado-alguna-vez-sobre-cuales-son-los-valores-de-nuestra-empresa/>

La organización educativa encuentra en el universo axiológico que la fundamenta retos y oportunidades. Los retos significan para la organización la oportunidad de crear resonancias históricas, y las oportunidades significan nuevos retos para inteligencia. La penetración cultural de las organizaciones es un proceso que depende de las habilidades para ganarse la credibilidad de las personas; para hacer que las personas usen las ideas corporativas en el intento de crear una representación del mundo, para promover ciertas jerarquías estimativas, para conferir eficacia a ciertos símbolos.

Esta acción de transformación histórica que tiene la oportunidad y el reto de realizar la institución educativa, no es posible en un ambiente de homogeneidad. Se requiere la diversidad, la heterogeneidad y la multiplicidad del género humano para que las costumbres, que son como la energía vital de la cultura, entren en una dialéctica de la que surja una nueva síntesis cultural por medio de la acción corporativa de la organización de educación superior, de la universidad, del instituto tecnológico, de la facultad de artes, del instituto de medicina general o alternativa, etc. En la institución educativa especializada es donde la vida privada de la persona y la vida cultural se sintetizan con mayor rigor para generar el cambio sociohistórico.

El estudio sistemático de la sociedad, de la persona, de los organismos y del pensamiento, etc., confiere a la universidad el poder de crear procesos de predicción en los que la intuición y la matemática convierten las relaciones humanas en un contexto en el que causas, interpretaciones y finalidades corporativas se conjugan para mostrar a la administración las vías hacia la madurez corporativa: el lugar relacional en el que más sabiduría y riqueza se genera. De una manera bastante operativa lo expresa el siguiente texto:

“El comportamiento organizacional es el campo de estudio en que se investiga el impacto que individuos, grupos y estructuras tienen en la conducta dentro de la organización y se aplican estos conocimientos para que las organizaciones trabajen más eficazmente. En concreto, el comportamiento organizacional se enfoca en cómo mejorar la productividad, reducir el ausentismo y la rotación y aumentar la ciudadanía y la satisfacción de los empleados”. (Robbins, 2004 Pág. 28).



Fuente: <http://buscartrabajo.com/2001/05/evita-la-realidad-en-el-trabajo-de-equipo/>

Los problemas son los retos y las oportunidades que el porvenir pone entre la libertad y la voluntad humana. El hombre requiere problemas para imaginarse un mundo mejor, requiere que los sueños que ha construido encuentren límites que deben ser trascendidos, requiere que la voluntad necesite realizar un esfuerzo más para desplegarse y fortalecerse, y al ser la organización un centro de humanidad, en ella la libertad y la voluntad se juegan la construcción del porvenir. El comportamiento organizacional, entonces, es definido por los valores, ideas y símbolos culturales asumidos y regenerados en un contexto organizacional, y que constituyen el fundamento de la misión corporativa, pues sin una base axiológica, ideológica

y simbólica la organización no podría integrarse a la cultura ni generar procesos de transformación en ella.

“La misión debe ser creada y divulgada por los directivos entre todo el personal de la empresa, buscando motivar a éste a comprometerse con su filosofía. El compromiso de los trabajadores debe ser con la organización y con el cliente o consumidor directo de sus productos o servicios” (Carmona, 2004. Pág. 53).

La misión de la organización de educación superior opera con base en valores, se convierten en representación corporativa por medio de las ideas y compromete la voluntad de las personas por medio de los símbolos. Por medio de la misión los estudiantes pueden enriquecer su identidad al decir: “Soy estudiante de la Fundación Universitaria María Cano”; los profesores de psicología pueden decir: “Mi facultad tiene un enfoque cognitivo-constructivista”, para expresar las lecturas y las reflexiones que determinan su quehacer; los administradores pueden decir: “Nuestra universidad se dedica a construir futuro”, estableciendo una identidad corporativa a la manera de los postulados ideológicos de María de los Ángeles Cano; las autoridades académicas pueden decir: “Nos dedicamos a educar”, expresando así la manera estratégica como la Fundación

Universitaria María Cano influye sobre la cultura, y estas mismas autoridades pueden decir: “Educamos porque requerimos y merecemos un futuro más próspero para nuestra nación”, expresando así la utilidad de la educación en el contexto de la organización de educación superior que se está tomando como ejemplo. Pero al mismo tiempo los educadores tienen presente que la acción educativa está dirigida hacia el mejoramiento de la persona, representada en sí misma, en los estudiantes y en la sociedad en que la organización se inserta. Cada organización de educación superior define su estilo y lo enuncia en la misión corporativa.

“Arias y Heredia (1999) indican que la misión debe hacer mención de la filosofía organizacional, la tecnología necesaria para cumplir con las metas, los clientes a quienes van dirigidos los servicios o productos, el mercado real y potencial, la imagen de la empresa y las ventajas competitivas. La misión relaciona el aspecto racional de la actividad futura de la empresa u organización con lo emocional o moral en cuanto a la actuación de la misma (Sanz de la Tajada, 1994)” (Llanos, 2005. Pág. 18).

La misión es una unidad de significado que agrupa las voluntades en una línea de sentido, es un principio de

unificación que ubica las energías culturales en un contexto de significado y que confiere fuerza al impulso vital de las personas, confiere sentido a las acciones corporativas en el diario vivir. La misión resume los objetivos corporativos de la organización educativa especializada, la sociedad que se quiere construir por medio del trabajo diario, las utopías corporativas, la filosofía institucional. Pues en una misión aparece el deseo de las personas y el espíritu que lo respalda, los valores que fundamentan las acciones en el contexto corporativo y los procesos que llevan a un estado alto de productividad en términos de ciencia, tecnología, sabiduría y riqueza.

“Una filosofía siempre tiene un significado profundo de valores. Sin filosofía no se sabe por qué lograr mayor productividad ni qué sentido tiene buscar mayor calidad. La filosofía le da sentido a la existencia de cualquier organización y al trabajo de cada una de las personas que colaboran en el logro de su misión y objetivos” (Garza Treviño, 2000. Pág. 8).

La organización utiliza la misión como fundamento de un proceso orientado ideológicamente hacia la asunción de una posición de poder en la cultura, para cumplir unos objetivos específicos planteados desde la administración de

la organización de educación superior. Esto marca una diferencia radical con respecto a la universidad tradicional, pues en este contexto ya no se está hablando de que la universidad evoluciona en el sentido de decisiones tomadas con unos objetivos de carácter académico, sino de carácter administrativo, y de estas decisiones administrativas surge una racionalidad, una lógica corporativa que comporta una forma de pensamiento, una visión del futuro, unos objetivos organizacionales.

“Las premisas de misiones, además de proporcionar guías generales para la planeación estratégica, son importante para la creación de estrategias programadas y la naturaleza de un negocio; determinan el área de competencia donde opera el mismo; establecen la forma en que serán distribuidos los recursos de acuerdo con las diferentes solicitudes; determinan el tamaño de la compañía; facilitan la identificación de oportunidades y peligros que deben ser tratados en el proceso de planeación; ofrecen nuevas oportunidades al igual que peligros y evitan que la gente pierda su tiempo trabajando con estrategias y planes que puedan ser considerados inapropiados por la alta dirección” (Steiner, s/f, s/e. p. 155).



Fuente: <http://aintec.wordpress.com/>

En el contexto de las instituciones educativas especializadas una misión corporativa demuestra su validez cuando permite a los miembros de la organización tomar decisiones guiados por sus contenidos, guiados por el conjunto de razonamientos y lógicas emergentes del discurso misional. Así, la misión es un marco dentro del cual las personas operan y organizan su inteligencia para ser productivos en

un contexto, es la base para que la acción institucional adquiriera representatividad relacional e intersubjetiva en la cultura.

“La definición de una misión delimita el campo de actividades posibles, con el fin de concentrar los recursos de la empresa en un dominio general o dirigirlos hacia un objetivo permanente. En este sentido, cuando J. Slater dijo que el objetivo de su sociedad era aumentar el valor de la empresa y los dividendos pagados por los accionistas, él estaba definiendo una misión, no en términos espaciales (¿en que sector invertir?) sino en términos de un superobjetivo permanente, trascendiendo los objetivos parciales o temporales que podría tener alguna de las divisiones de su empresa”. (Sallenave, 1991. p.225)

Si los valores fundamentan la acción, si las representaciones sociales confieren un marco lógico a las ideas, y si los símbolos confieren eficacia ontológica a las realidades humanas, entonces todas estas instancias son los instrumentos de los que se sirve la organización para modelar a la persona y a ésta para transformar la institución. Hay valores, símbolos e ideas superficiales, que se transforman fácilmente, pero también hay formaciones básicas en el plano de lo axiológico, lo simbólico y lo ideológico, forma-

ciones sobre las cuales la misión institucional dirige su poder de modulación, formaciones que son sometidas por la organización de educación superior a un lento proceso de transformación por medio de la acción educativa. Las personas tienen valores, filosofías, éticas y estéticas que difieren, pero la organización mueve la atención hacia un lugar común, el cual es habilitado por la misión corporativa de las organizaciones de educación superior. Economía próspera y desarrollo humano persistente son las dos fórmulas de la evolución de la ciencia, la tecnología, la sabiduría y la nobleza humanas.

“Una organización de aprendizaje de valores concentra su acción en el continuo mejoramiento de productos, servicios y técnicas para que los valores sean operativos, es decir, influyan directamente en la productividad, en los beneficios económicos, en la contribución a la sociedad y en el crecimiento de su gente, para que se siente estimulada a dar lo mejor de sí misma. Esto se nota en el ambiente positivo de trabajo, en la calidad de la convivencia a nivel de la organización y trasciende a la calidad de vida en la empresa, la familia y los demás núcleos sociales”. (Yarce, 2001. pág. 68 – 69)

Escalera de Valores



Fuente: <http://videoemprende.blogspot.com/2009/02/escalera-de-valores.html>

La misión debe estar formulada de tal manera que oriente los destinos de los integrantes de una organización de una manera mínima y sutil pero persistente en el tiempo, pues los efectos de la acción educativa deben ser perdurables para que tengan un efecto sobre la historia de un grupo humano. Por eso, la organización de educación superior debe orientar a sus miembros hacia un proceso de aprendizaje que promueva estados de calidad elevados en un refinamiento permanente de las habilidades profesionales y académicas de las personas, pero también requiere de orientar a sus miembros hacia un proceso de aprendi-

zaje permanente a lo largo del cual las personas asimilen nuevos conocimientos como un proceso orgánico natural y permanente. Así, las personas conforman el capital intelectual, estimativo, interpretativo... que confiere estructura y poder cultural a la organización de educación superior.

“Esa ventaja, en la medida en que las personas son lo más permanente en una organización y siempre que se satisfaga su necesidad de formación constante, tiende a ser una ventaja perdurable, un sello de calidad indudable que, además, crea un clima, una tradición, algo que se traspasa de una generación a otra” (Yarce, 2001 p. 47 - 48).

La misión organizacional configura el principio básico de la cultura organizacional, el principio originario del ambiente microsocial que configura una institución; es el núcleo de sentido que une a la persona con la colectividad, a la persona con un contexto organizacional, a los propósitos singulares con un propósito plural y significativo. Pero una misión guarda también una ética y una estética implícitas, guarda un concepto del bien y otro de la belleza, que se ven reflejados en la acción de la organización sobre la cultura y sobre la naturaleza. La acción de las personas en las organizaciones, entonces, es un ejercicio de la libertad en derredor de una misión compartida.

“El comportamiento humano en la organización es prácticamente impredecible. La conducta de sus compañeros, jefes y clientes es producto de sus necesidades más profundas, de sus experiencias de toda la vida y de sus muy personales sistemas de valores. No obstante, el comportamiento humano en una organización puede comprenderse parcialmente si se le ubica en el marco de las ciencias de la conducta, la administración y otras disciplinas”. (Davis et al, 1999. Pág. 4 – 5)

Las relaciones interpersonales en el contexto corporativo de las instituciones de educación superior se construyen en un sistema de causas y efectos que atraviesan la intimidad del sujeto y repercuten en los actos que este sujeto genera dentro de la organización. Un discurso misional estratégico influye sobre esos actos porque se inserta en los deseos profundos de la persona, en el lugar desde el cual se despliegan sus motivaciones, las disposiciones anímicas que confieren un sentido ético y estético a la tecnología, la ciencia y la sabiduría.

“Los conceptos fundamentales del comportamiento organizacional tienen que ver con la naturaleza de las personas (diferencias individuales, percepción, individuo inte-

gral, conducta motivada, deseo de involucramiento y valor de las personas) y con la naturaleza de las organizaciones (sistemas sociales, intereses mutuos y ética). Las acciones administrativas deben orientarse holísticamente para el cumplimiento de las metas supremas de interés para los empleados, la organización y la sociedad. La administración eficaz es más fácil de conseguir si se comprenden y usan los enfoques de recursos humanos, contingencias, orientado a resultados y de sistemas” (Davis et al, 1999. Pág. 22).

Más que convertir al hombre en una máquina regulada y medida en términos de unidades de energía, fuerza y tiempo, las organizaciones se ocupan de que los talentos humanos contribuyan a mejorar el mundo, creando estrategias de enfrentamiento de problemas y sistemas de contención y transformación del conflicto, por medio de la investigación permanente del efecto que tiene el organizar un sistema corporativo en torno al objetivo de cumplir una misión específica en un contexto sociocultural determinado.

La misión corporativa cumple un efecto de ennoblecimiento de la especie humana en una universidad que despliegue su actividad cultural en un ambiente de satisfacción,

de creación de productos culturales más refinados y de crecimiento personal y colectivo.

La misión ennoblece cuando se acompaña de una antropología, de una cosmovisión y de un conjunto de filosofías orientadas a nutrir de ontología la cultura, orientadas a preparar el advenimiento de una realidad más próspera, justa y equilibrada, en la cual la persona sea el centro de poder que buscan perfeccionar los administradores, los académicos y los estudiantes.

Un modelo típico de gestión de talento humano



Fuente: http://ilo-mirror.library.cornell.edu/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/sala/vargas/conv_des/iii.htm

La misión es un instrumento para la creación de comunidad académica en una organización de educación superior, en una organización de pensadores unidos en derredor del objetivo de realizar unos objetivos institucionales, en torno a un propósito administrativo y sapiencial, científico y tecnológico.

Por estas razones, la misión debe ejercer un papel clarificador, para que las personas que la integran comprendan el sentido de su labor y orienten eficientemente sus esfuerzos. Por estas razones la misión debe estar respaldada por estrategias que pongan la inteligencia de las personas al servicio de la historia, por estrategias que pongan el poder corporativo al servicio de la evolución de la persona. Por lo mismo, la misión debe estar respaldada por unas definiciones claras y estables, que puedan enfrentar la presión histórica y transformarse adaptándose a ella a pesar del cambio de las costumbres y de los principios, de los valores, de las ideas y de los símbolos, de la vida y de lo que se construya con la energía del impulso vital humano, con las emociones humanas, con los sueños y las aspiraciones de las personas. Una misión sencilla, comprensible, concreta y verificable por medio de la experiencia diaria, es un arma contra el fracaso, la culpa, el sufrimiento y la muerte, que según el maestro Alberto Restrepo González constitu-

yen los límites de la existencia de todo ser humano. Una misión que invite a la congruencia entre el universo emocional y cognitivo, entre la subjetividad y la objetividad de lo real, entre lo empírico y lo imaginario, entre lo dirigido desde la administración y lo generado desde la autonomía del sujeto, constituyen una brújula para la voluntad, que terminará por convertirse en un instrumento de la libertad de la persona. Una misión es un instrumento para el control social, es un instrumento para la instauración de jerarquías axiológicas, para la configuración de poderes ideológicos, para la dinamización de eficacias simbólicas. La misión organizacional en el contexto de instituciones educativas especializadas es un instrumento para la recreación de la historia y la creación de la cultura, es un instrumento de poder que requiere de una alta responsabilidad para su manejo. Por todo esto “una declaración de la misión debe hacer énfasis en los valores que son importantes para una organización en particular” (Certo, 2001 Pág. 174).

La filosofía que encierra y confiere un contexto a la misión organizacional, inscribe el propósito corporativo en un sistema espaciotemporal especial, dentro del cual las causas, las interpretaciones y las finalidades de lo que sucede en la organización van mostrando un sentido compartido por

todo el cuerpo docente, estudiantil y administrativo. Las filosofías corporativas son emergentes del discurso misional, son ideas y representaciones que confieren profundidad al pensamiento corporativo de las universidades.



Fuente: <http://desarrollandopersonas.com/category/emprendedores>

La filosofía confiere una noción del origen, confiere una noción teleológica de la acción corporativa, confiere un sentido de identidad sociohistórica a los productos culturales.



Fuente: <http://imageglobe.blogspot.com/2011/08/i-stock-images.html>

“La idea de que las organizaciones tienen una misión, refleja la concepción de que son algo más que simples estructuras técnicas y administrativas. Son instituciones que poseen personalidad y una meta. Formular la misión de una organización equivale a enunciar su principal razón de existir. Es identificar la función que cumple en la sociedad y, además, su carácter y filosofía básicos”. “La principal virtud de un pensamiento claro concerniente a la misión de una empresa consiste en conocer y poder articular los objetivos y valores que contribuyan a lograr y mantener la integridad o unificación de la organización”. (Hampton, Pág. 144, 145).

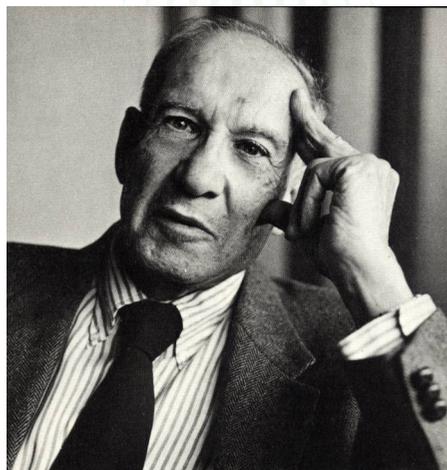
El pensamiento sistemático y organizado que emerge del contexto corporativo, y que tiene como matriz fundamental la misión organizacional, tiene como función la definición del negocio universitario, la fuerza transformadora que ese negocio va a tener en términos de cultura y la consistencia histórica y académica que lo va a caracterizar. Puede que a algunos les cause ampolla oír hablar de negocio universitario, pero es que en un medio dominado por el capitalismo en el plano de lo económico es inocente no estar preparado para crear ciencia y riqueza, para crear tecnología y riqueza, para crear sabiduría y riqueza. Es de-

cir, si los administradores educativos no tienen en cuenta la creación de riqueza el capitalismo salvaje destruirá el proyecto educativo de esa institución de educación superior. La misión es una respuesta filosófica, axiológica y simbólica dada por una institución para crear un principio de identidad activo en términos de cultura, para crear un horizonte existencial y proyectarse hacia el porvenir asumiendo un compromiso histórico por medio del cual los significados institucionales se conviertan en principios culturales, en valores que impregnen a la sociedad en su conjunto... pero también es un dispositivo especializado en la modulación del comportamiento humano en el intento de crear riqueza, caudal económico.

En su libro, *Peak performers*, Charles Garfield afirma que, "En la creación de misiones viables, existen... vaticinadores del éxito... que anteponen la preferencia a las aptitudes, escudriñando el pasado, confiando en la intuición, exentos de limitaciones preconcebidas, mezclando la ganancia con la remuneración, impulsados por valores". "Esos vaticinadores del éxito de que habla Garfield son excelentes señales indicadoras para cualquier organización que intenta articular una misión específica. En opinión de Garfield, a la definición de la misión de una corporación se anteponen la creación de sus valores. Lo ideal sería

que sus fundadores dieran a conocer explícitamente los valores que comparten en el momento de la creación de la compañía, o poco tiempo después; si no fuese así, corresponde hacerlo a los líderes actuales con base en el cúmulo de conocimientos que posean sobre sus fundadores y sobre la historia de la compañía desde sus orígenes” (Quigley, 1996 Pág. 28, 29).

Misión y valores corporativos, filosofía institucional y discurso misional, deben estar sincronizados en el propósito de elevar la dignidad de la persona en una sociedad determinada, deben estar sincronizados para crear productos culturales nobles y delicados en términos de ecología; es decir, deben estar sincronizados para crear riqueza, para crear ciencia, tecnología y filosofía en un solo hecho cultural.



Fuente: <http://elblogdelmanager.blogspot.com/2010/06/peter-drucker-que-hace-eficaz-un.html>

Peter Drucker afirma que “Pocas definiciones del propósito y la misión de una empresa pueden aspirar a una expectativa de vida de treinta años, mucho menos de cincuenta. Quizás un lapso de diez años es lo máximo que puede esperarse. Sin embargo, creo que uno debe proyectarse veinte o treinta años en el futuro para alcanzar la meta de diez años.” (Quigley, 1996 Pág. 28, 29).

Como se ve a través de la mirada de Peter Drucker, la misión debe estar diseñada, pensada y estimada de tal manera que pueda resistir la presión histórica, pero también debe estar diseñada de tal manera que ofrezca elementos a la organización de educación superior para responder a la presión de la historia, para responder a los cambios socioculturales modificando sus términos, creando nuevas estrategias para refinar el entendimiento de las personas por medio de la realización de una función cultural. No existe mejor manera de llevar a una cultura a un estado avanzado de civilización, que comprometiendo la voluntad de las personas en compromisos institucionales profundos; que creando una base axiológica, ideológica y simbólica que sirva de fundamento a una misión organizacional en el intento de posibilitar el establecimiento de vínculos de solidaridad entre las personas; que concibiendo toda acción corporativa en el contexto de las institucio-

nes de educación superior como un gran proyecto de la imaginación humana que intenta soñarse a sí misma, que intenta alcanzar una forma que se acerque a los ideales de profundidad y de grandeza propios de toda sociedad refinada por la experiencia sometida a la visión de la ciencia, la sabiduría y el amor al arte, al arte de vivir. Llevar una sociedad hacia nuevos estados de civilización es convertir los ideales empresariales en procesos de creación de futuro, es convertir los ideales corporativos en proyecciones de un futuro más digno y profundo, más amplio y noble. Estos sueños corporativos, por cierto, no se basan en delirios de grandeza ni en delirios del ego de los administradores: El proceso requiere un gradiente alto de orden administrativo y cabeza fría, como lo muestran los escritores especializados en el tema:

“Antes de definir lo que será nuestra misión empresarial, debemos hacer un profundo análisis del mercado en el que deseamos competir con el fin de conocer perfectamente el nivel de nuestra competencia, tanto nacional como extranjera, la calidad de los productos y servicios que ofrecen, el grado de satisfacción de los consumidores y sus expectativas hacia estos productos y servicios.



Fuente: <http://gerencia.blogia.com/temas/-05-r.-humanos.php>

Posteriormente, debemos determinar quiénes son los competidores más capaces, los verdaderos líderes de la industria, su trayectoria y habilidades, el ritmo con el que desarrollan sus nuevas ventajas competitivas, así como sus fortalezas, puesto que será con ellos con quienes en realidad pretenderemos competir". "Veamos a nuestra empresa y enriquezcámosla encomendándole una misión empresarial que le permita adoptar las nuevas habilidades necesarias, con las cuales nuestros competidores líderes paulatinamente perderán la iniciativa" (Romo, 1992 Pág. 3-8).

La misión corporativa, en el contexto de las organizaciones de educación superior, constituye una definición de las satisfacciones sociales que se quieren construir, también una definición de las cualidades que se requiere desarrollar para promover la acción de la institución, constituye un punto de partida para el diseño de las nuevas estructuras corporativas en cuyo contexto los académicos, estudiantes y administradores educativos adquieran un sentido de desafío en el intento de construir una sociedad más digna para desarrollarse y realizar la existencia.

“Es fundamental que la misión empresarial no se precise en función de los recursos actuales de la compañía; debemos entender los negocios en términos de largo plazo. Así, la misión empresarial forjará una brecha muy amplia entre los recursos existentes y las ambiciones a alcanzar, entre el ‘somos y el queremos ser’. Ésta será la propuesta y el reto de la alta dirección hacia la organización: Cerrar la brecha dentro de un desarrollo que será realizable al apoyarse en el talento de todos los trabajadores y participantes de la empresa”. “Para lograr este ideal empresarial y convertir el sueño en realidad, será fundamental y determinante involucrar a todos los trabajadores de la compañía, quienes deberán esforzarse verdaderamente para alcanzar los objetivos señalados”. (Romo, 1992 Pág. 3 – 8).

Una organización de educación superior usa su misión como un instrumento motivador que orienta a sus integrantes hacia la aceptación de grandes desafíos formativos en el campo académico, en el campo investigativo, en el contexto de los procesos de lectura, etc., entonces se puede hablar de una organización con propósitos claros, con un nivel visible de compromiso en el que la motivación aparece como una dimensión de la vida corporativa dinamizadora y regeneradora de lo social. Por todas estas razones la misión es una respuesta sencilla a una situación cultural y existencial, dirigida a la persona y a la historia cultural, y por medio de la cual la persona halla una explicación eficaz para su situación vital, pues en ese enunciado de la misión organizacional la persona debería encontrar estrategias subyacentes a ella, ya que la misión es el resultado de una estrategia cultural establecida desde la administración educativa.

“Los enunciados de misión y de visión no son guías definitivas para tomar grandes decisiones. Cualquiera que tome decisiones importantes basadas en lo que entiende de su negocio, contenido en dos o tres frases, está loco, es un inepto, o ambos. Esta clase de pensamiento mal orientado es lo que conduce a los equipos directivos a proble-

mas muy profundos”. “Su misión es lo que usted hace. Está comprometido con una misión y puede decir que se encuentra en el curso correcto o no, porque hay ciertos resultados implícitos y explícitos relacionados con ella. Para desarrollar un enunciado de misión debe comenzar por establecer su estrategia de negocios y crear un enunciado de lo que hace. Los mejores enunciados de misión enfatizan aquellos aspectos únicos del valor que su negocio crea”. (Thomas, 1997. Pág. 237 – 246).



UNIDAD 2

LA EXISTENCIALIDAD DE LAS ORGANIZACIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR

La universidad tiene como función proporcionar a la persona y la sociedad una mirada profunda de sí mismas, más allá de las rigurosidades metodológicas de la ciencia y precisamente en esos campos en que la ciencia objetivista y empírica no logra desatar todas las posibilidades de conocimiento del ser espiritual sobre el organismo psicofísico. A la universidad, como organización cruzada por el capitalismo, por el mercadeo y por la cultura global, corresponde facilitar en el sujeto el acceso a una zona de autonomía espiritual en la que trascienda sus limitaciones psicofísicas, en la que trascienda de su condición material hacia su condición energética. “La ciencia, incluso la psicología científica, ve solamente el momento de la dependencia: En el lugar de la autonomía de la existencia espiritual ve el automatismo de un aparato psíquico. Sólo ve las necesidades” (Frankl, 1990. Pág. 93). La persona, como ser de libertad, está en una esfera espaciotemporal diferente a la orgánica y a la perceptual, está en la zona de lo simbólico, donde sus necesidades son más que simples condicionamientos, constituyen unidades de significado que impulsan al hombre a dar razón de sí mismo, a dar

noticia de su existencia.

“La necesidad y la libertad no están en un mismo plano, más bien la libertad está y se construye por encima de cualquier necesidad. De acuerdo con esto, las cadenas causales permanecen cerradas siempre y en todo momento. Sólo que en una dimensión más elevada, las cadenas están al mismo tiempo abiertas, abiertas a una causalidad más elevada. El ser es siempre, a pesar de toda causalidad en el sentido más estricto, precisamente en su causalidad, un recipiente abierto, preparado para acoger lo significativo. En el ser condicionante se introduce un sentido causante”.



Fuente: <http://www.monografias.com/trabajos913/contemplacion-pensamiento-libertad/contemplacion-pensamiento-libertad2.shtml>

“Por lo que se refiere ahora a la libertad, es una libertad frente a tres cosas, a saber: 1) frente a los instintos, 2) frente a la herencia, 3) frente al medio ambiente”. “El hombre posee instintos pero los instinto no le poseen a él”. (Frankl, 1990. Pág. 94).

En las organizaciones de educación superior la persona adquiere los instrumentos de la inteligencia necesarios para construir el sentido de su vida, para descubrir los signos que le llevarán a crear un concepto de sí, un valor para sí, un conocimiento de sí y del mundo en el cual se realiza, pues es la entidad corporativa encargada de refinar la acción de la familia, de la escuela y de todas aquellas instituciones humanas que facilitan la acción del hombre sobre sí mismo y su destino. La persona va a la universidad para descubrir una manera nueva de descubrir el sentido de la existencia, para adquirir una estructura de pensamiento adecuada al propósito de “hallar las causas, las interpretaciones y las finalidades de la vida” que está realizando (Restrepo, Inédito). Aunque para huir de la vacuidad de una vida sin sentido la persona imagine, invente o estructure un sentido, es en la vida misma donde puede encontrarlo. La universidad, en este aspecto, no es un lugar para hallar sentido, sino para realizarlo al encontrar y al adquirir en sus claustros las herramientas para hallarlo

de manera más clara y precisa.

La misión corporativa de una organización de educación superior requiere orientarse hacia el refinamiento de la conciencia de la persona, para crear mentes científicas, ingenieriles y técnicas con una conciencia filosófica, antropológica, ética y estética, y para crear mentes filosóficas, sapienciales y ético-estéticas con una conciencia científico-técnica que le permita asimilar de manera integral el ancho mundo de su cultura. La organización de educación superior es un centro de refinamiento de la conciencia, un lugar en el que la persona puede adquirir los conocimientos requeridos para diferenciarse, para hallar aquello que lo convierte en un ser único; un lugar en el que la persona puede encontrar aquellos aspectos de la vida personal que confieren el carácter de singulares y específicas de las situaciones íntimas. “Sólo puede haber una verdad. Pero nadie puede saber si es él y no otro el que la posee. La humildad significa, por consiguiente, tolerancia. Pero tolerancia no quiere decir indiferencia. En efecto, respetar la fe de los que opinan de otra manera no significa identificarse con ella” (Frankl, 1982. Pág. 32).

La organización de educación superior es una creadora de situaciones culturales, de procesos históricos, de estruc-

turas humanas, de sistemas de acción, pero sobre todo la organización de educación superior es una institución social dedicada a la configuración de personas culturalmente viables en términos profesionales, de configuración de habilidades humanas para enfrentar los requerimientos que cada momento vital en los que la persona debe entregar a la existencia una respuesta sobre sí misma. Como institución social, la persona se perpetúa en la acción ideológica y práctica de los seres humanos, que convierten en elementos situacionales diferenciadores los sentidos que halla en las situaciones cotidianas, valiéndose de los instrumentos académicos que encontró en la institución educativa particular. La universidad, como institución educativa, le permite a la persona acceder a los productos más refinados de su cultura en el proceso de construir su autonomía y de reconocer esos elementos propios de la generalidad de la especie humana que constituyen elementos para el fortalecimiento de la singularidad. Por eso, la organización de educación superior tiene como función facilitarles destrezas a las personas para que se orienten hacia la realización de su misión de manera activa, por medio de la realización de múltiples tareas orientadas hacia la validación ontológica de un sentido de la vida particular.

“La posibilidad de hallar un sentido en la vida no depende para nada del sexo, del coeficiente intelectual, del nivel de formación, es independiente de que sea religioso o no y, si somos religiosos, de que abracemos esta o aquella confesión. Se ha podido demostrar, en fin, que el descubrimiento de un sentido es también independiente del carácter y del medio ambiente” (Frankl, 1982. Pág. 33).

Nadie puede indicarle a una persona cuál es el sentido de su existencia, pero la universidad sí puede mostrar a la persona que la vida tiene un sentido, y que éste permanece a pesar de las situaciones humanas, de las condiciones sociohistóricas, de los límites existenciales del hombre, como lo son el sufrimiento, la muerte, la culpa y el fracaso. Más que mostrar un sentido la universidad le permite a la persona fortalecer la voluntad de sentido al ampliar su universo axiológico, ideológico y simbólico. Con estos universos ampliados, la actividad creativa e investigativa del sujeto le permite indagar por el propósito de su existencia en universos cada vez más vastos, en contextos cada vez más amplios. Para Frankl, por ejemplo, lo que importa es la actitud por medio de la cual una persona busca y construye su porvenir, pues gracias a esta actitud, la persona puede asimilar su vida y las circunstancias que rodean esta vida. La universidad no entra a determinar la situación

humana, pero sí ofrece elementos para que la persona se autodetermine con una conciencia de sí y del mundo cada vez más clara, pues sin una conciencia del mundo la misión realizada estaría incompleta por no constituirse en un acto de servicio personal, de ofrecimiento de sí al mundo circundante. La universidad puede satisfacer algunas necesidades de orden social, de tipo intelectual, de carácter interaccional, pero no puede incidir sobre la voluntad de sentido de la persona a menos que esta persona esté dispuesta e inclinada hacia la realización de un sentido.

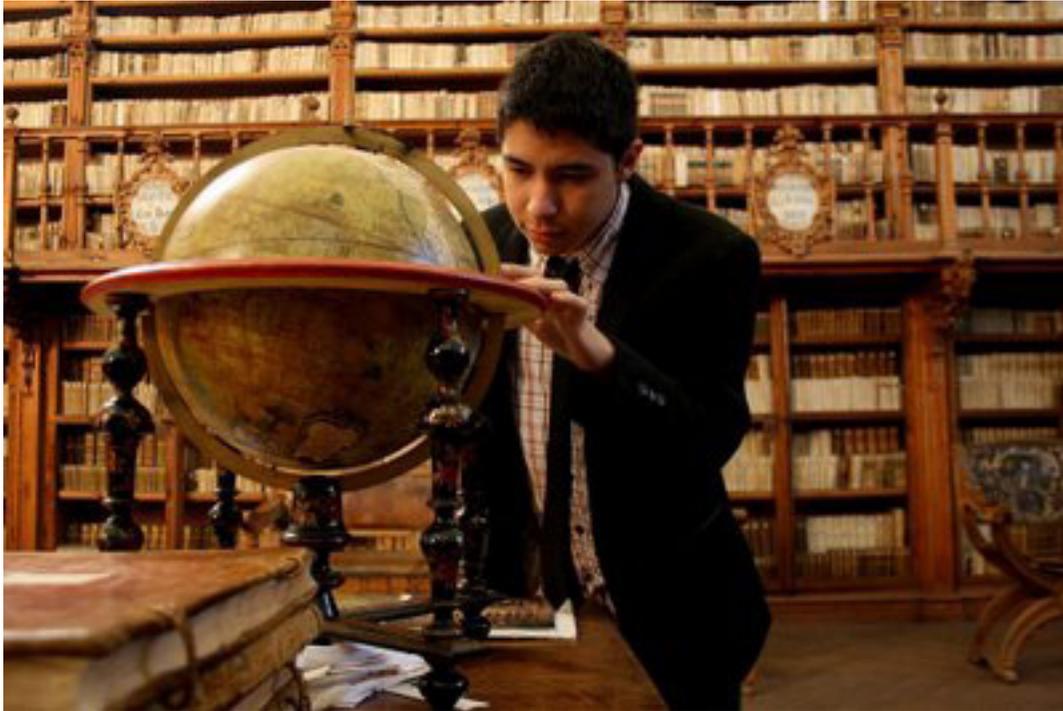
“¿Con qué derecho nos atrevemos a decir que la vida nunca deja de tener un sentido para todos y cada uno? Esta afirmación se basa en el hecho de que el hombre es capaz de transformar en servicio cualquier situación que, humanamente considerada, no tiene ninguna salida”. “Al cumplir un sentido, el hombre se realiza a sí mismo. Si cumplimos el sentido del sufrimiento, realizamos lo más humano, maduramos, crecemos más allá de nosotros mismos. Incluso cuando nos encontramos sin remedio y sin esperanza enfrentados a situaciones que no podemos modificar, incluso entonces estamos llamados y se nos pide que cambiemos nosotros mismos” (Frankl, 1982. Pág. 37).

Un porvenir autónomamente asumido por parte de la persona en un contexto organizacional determinado, implica que la organización es una moduladora de la existencia de la persona, pero es la persona la que define la forma en que será modulada por la universidad, el tipo de situaciones que creará al enfrentar el destino y al construir el porvenir. Al recoger nuevos elementos para construir su autonomía la persona refina sus actitudes, confiere profundidad a las situaciones inevitables al hallar los múltiples significados que portan.

“Comprendemos claramente la razón que le asistía a Goethe para decir: No existe ninguna situación que no pueda ser ennoblecida por el servicio o la paciencia. Sólo que podríamos completarlo: La paciencia, al menos en el sentido de un padecimiento correcto y sincero del auténtico destino es ya de por sí un servicio y un rendimiento, el más noble servicio y rendimiento que le es dado prestar a un hombre. Comprendemos también las palabras de Herman Cohen: La suprema dignidad del hombre es el sufrimiento”. (Frankl, 1982. Pág. 94).

Por todo lo anterior puede afirmarse que la universidad es un lugar en el que la persona puede despertar su creativi-

dad, puede convertir su existencia en un centro de ética y estética, pero sus actitudes ante la existencia sólo dependen de su libertad, de su decisión de vivir de una u otra manera. Es cierto que la persona puede hallar el sentido de su existencia en sus creaciones, en los actos que realiza para ganarse el pan de cada día; es cierto que puede encontrar este mismo sentido en las relaciones que establece, del encuentro con la otredad; pero este sentido se realiza más plenamente cuando la persona enfrenta aquellas situaciones únicas e irrepetibles que vive como ser único e irrepetible en un intento por mejorar sus relaciones y sus creaciones, pero sobre todo en un intento por mejorarse a sí mismo, por ser el mejor ser humano posible aún en las situaciones más adversas. En este sentido la universidad proporciona a la persona conocimientos que lo llevan a trascender la ética del éxito y la estética del amor, para propiciar una situación existencial en la cual esta persona se orienta hacia el reconocimiento del ser, donde con amor o sin amor la vida tiene sentido, donde con labor o sin labor la vida tiene sentido. En este contexto, lo único relevante es la necesidad humana de realizar una misión existencial.



Fuente: http://aunclideclase.blogspot.com/2009_06_01_archive.html

“La posibilidad de realizar obras creadoras, es decir, de apoderarse del destino mediante la actuación correcta, garantiza la primacía frente a la necesidad de aceptar el destino con la actitud correcta, es decir, frente a la necesidad de realizar los valores de actitud. Brevemente: Aunque la posibilidad de sentido que entraña el sufrimiento es, según la categoría de los valores, superior a la posibilidad de sentido creador, es decir, por mucho que corresponda al sentido del sufrimiento la primacía, la prioridad recae sobre el sentido creador. Efectivamente, aceptar un sufrimiento que no viene necesariamente marcado por el destino, sino un sufrimiento innecesario, no sería servicio, sino petulancia. El sufrimiento innecesario es -para decirlo

con una expresión de Max Brod- infelicidad innoble, no una noble desdicha” (Frankl, ante 1982. Pág. 95).

Encontrar un sentido de vida más allá del trabajo, hallar un significado vital más allá del amor, puede orientar a la persona hacia la aceptación de su destino y hacia el cumplimiento de su misión, hacia la utilización plena de los instrumentos que hay en la universidad y que pueden servir de fundamento para una axiología, una simbología y una ideología personales no sólo más autónomas sino también más íntimas, en el sentido de ser concebidas con base en una decisión libre y en una actitud conscientemente asumida. En este sentido, el empobrecimiento personal producido por la decadencia de la cultura no implica que la persona tenga que asumir esta misma decadencia, que la persona tenga que caer en el deterioro marcado por la evolución histórica.

La organización de educación superior presenta a la persona procesos por medio de los cuales puede afinar su conciencia para ver el sentido, puede incrementar su autoeficacia para realizar sus metas, puede fortalecer su libertad para responsabilizarse de sus intenciones, puede adquirir una conciencia del futuro para operar en el mundo con un sentido teleológico. Pero la realización de todas estas

posibilidades depende de la actitud de la persona ante su existencia. La universidad es un instrumento para el hombre, como toda organización.

“Lo que de verdad necesitamos es un cambio radical en nuestra actitud hacia la vida. Tenemos que aprender por nosotros mismos y, después, enseñar a los desesperados que en realidad no importa que no esperemos nada de la vida, sino si la vida espera algo de nosotros. Tenemos que dejar de hacernos preguntas sobre el significado de la vida y, en vez de ello, pensar en nosotros como en seres a quienes la vida les inquiriera continua e incesantemente. Nuestra contestación tiene que estar hecha no de palabras ni tampoco de meditación, sino de una conducta y una actuación rectas. En última instancia, vivir significa asumir la responsabilidad de encontrar la respuesta correcta a los problemas que ello plantea y cumplir las tareas que la vida asigna continuamente a cada individuo” (Frankl, 1988. Pág. 78).

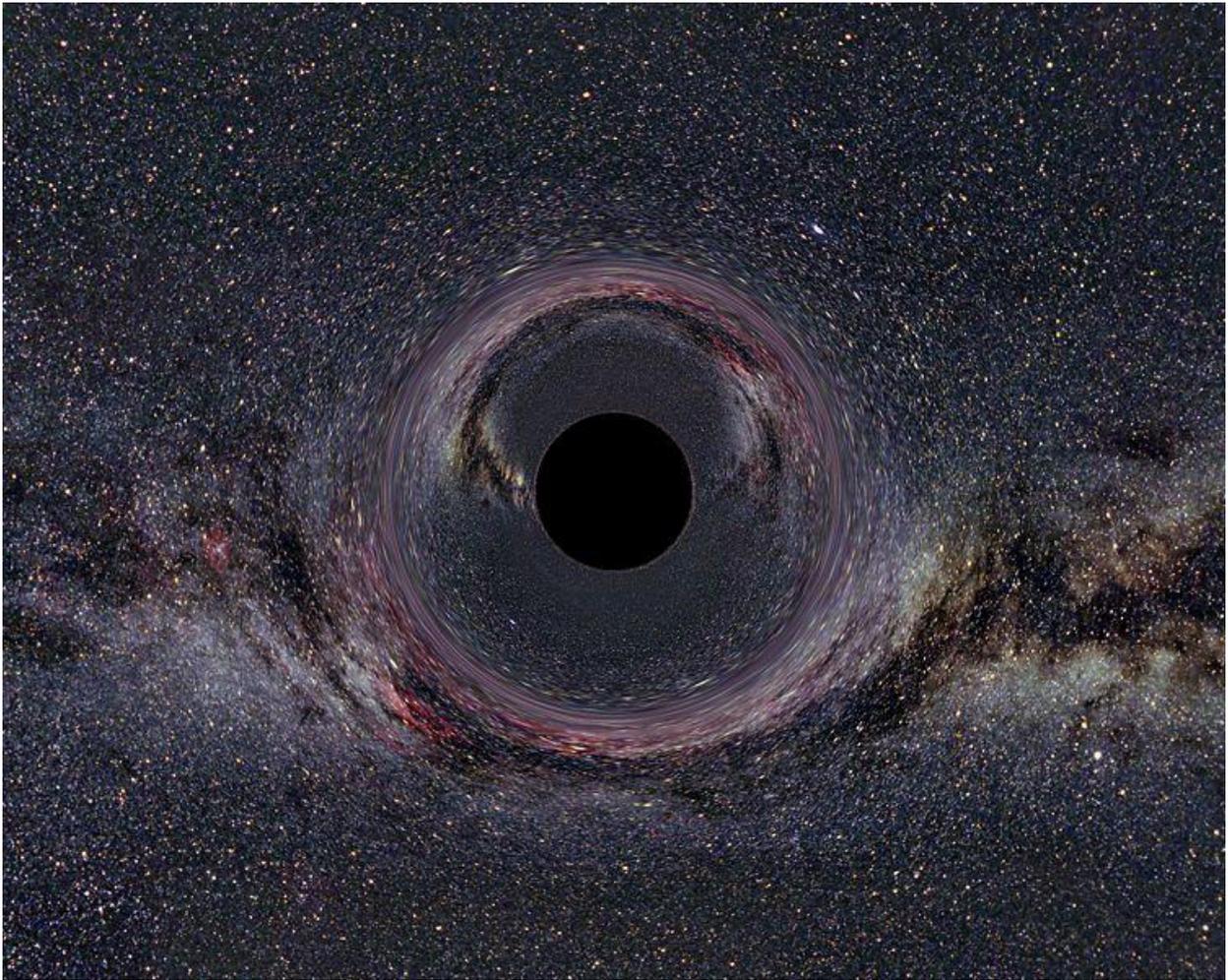
La universidad, entonces, no puede dedicarse a la configuración de conocimientos en masa, requiere contemplar en sus procesos educativos la posibilidad de entrenar a las personas en profesiones que los hagan felices y productivos, que los induzcan a profundizar en el conocimiento

del sentido que tiene la vida. La universidad es un centro de cultura gracias al cual las diferencias individuales propician procesos de aceptación de la propia individualidad y de plena utilización de los talentos. La vida de cada persona que se inicia en el mundo universitario es un fenómeno único, que no se puede abarcar por medio de la mera especulación filosófica ni de la mera actividad científica, sino que se va realizando por medio del cumplimiento de un sentido, de la realización de una misión, de la actividad permanente en el proceso de construcción de la propia existencia y de la propia humanidad. Tener conciencia del sentido de la vida acrecienta la conciencia de la propia responsabilidad ante la existencia, pues quien “conoce el porqué de su existencia podrá soportar casi cualquier cómo” (Frankl, 1988. Pág. 81).

Afirman Bazzi y Fizzotti: “Muchas personas adoptan una actitud desviada en la búsqueda del sentido de la vida, porque piensan que es más justo plantear preguntas que ofrecer respuestas. La vida humana es una tarea y una respuesta, y el hombre, más que sentirse en el derecho de plantear preguntas a la vida, debe darse cuenta del deber que tiene de descubrir qué preguntas le plantea la vida, dejándole la tarea de realizar la respuesta”. Continúan Bazzi y Fizzotti citando a Frankl: “En lenguaje filosófico también se podría decir: se trata casi de una revolución

copernicana; no seguimos buscando el sentido de la vida, sino que nos sentimos interrogados continuamente, como personas a las cuales la vida plantea constantemente preguntas que tenemos que responder, dando una contestación exacta, no sólo de pensamiento o de palabra, sino con una acción, un comportamiento correcto. Vivir, en último análisis, no significa otra cosa que tener la responsabilidad de responder exactamente a los problemas vitales, de cumplir las tareas que la vida propone a cada uno de nosotros, ante la exigencia del momento” (Bazzi y Fizzotti, 1989. Pág. 27).

La ciencia, la filosofía, la tecnología y todos los productos humanos generados por la universidad en el proceso de consolidar productos culturales cada vez más auténticos, no son útiles para generar una visión reduccionista del hombre, pues esto es volver contra el hombre el conocimiento humano. Son útiles para mirar al hombre como un ser de grandes horizontes, como un ser con la capacidad de trascender sus circunstancias y hallar el sentido de la vida aún en los peores laberintos de la muerte, el sufrimiento, el fracaso y la culpa.



Fuente: http://episodiospersonales.blogspot.com/2011_01_01_archive.html

Bazzi y Fizzotti citando a Frankl: "Ser persona significa ser absolutamente distinto de cualquier otro ser". Y continúan parafraseándolo: "La estructura íntima de este ser es la singularidad, la irrepetibilidad y la finitud. La singularidad y la irrepetibilidad de la existencia humana se basan en la constatación de que cada ser es un ser-distinto". Y continúan citando a Frankl: "Aquello que designamos como existente o ente es una unidad que podemos distinguir del conjunto de todos los otros entes: Su relevancia se

basa, pues, en una relación que precisamente permite distinguirlo. Es el hecho de estar referido un ser a otro ser diverso lo que, en definitiva, constituye a ambos. Es la relación entre un ente y otro ente lo que es anterior y primario: Todo ser es por consiguiente, un ser-en-relación” (Bazzi y Fizzotti, 1989. Pág. 53).

No se requiere de una conciencia demasiado trabajada para ser consciente de la inminencia de la muerte, de la inminencia de la finitud humana, por eso la universidad existe: Para que esta conciencia impulse al hombre a trabajar más arduamente, a esforzarse más dedicadamente, a cumplir con su misión de una manera más responsable y auténtica, pues más que un ser de derechos, el hombre es un ser de deberes, un ser que requiere cumplir con las metas que le impone el sentido particular que ha hallado en su existencia. De nada le sirve a la persona dedicarse a la reclamación de sus derechos si no está cumpliendo con sus deberes, cumplimiento que le permitirá dar cuenta del sentido de su existencia, del espacio que separa su ser de su deber ser, espacio en el cual se halla el significado de sus realizaciones existenciales, espacio en el cual la persona encuentra su unidad y la multiplicidad de bienes metafísicos y físicos que ha heredado de su cultura. La persona es su propio centro y va a la universidad para que desde

ese centro surjan elementos que entren a enriquecer su devenir, elementos que le ayuden a realizar su deber ser de una manera más plena y responsable. El cumplimiento del deber propicia en la persona una comprensión más plena de su destino, y así mismo, la posibilidad de asumir y aceptar la realidad como el lugar en el que las potencialidades humanas se despliegan como instrumentos para mejorar esa realidad y la historia en que la realidad se desarrolla.

“Lo humano sólo se puede descubrir a la luz de la totalidad de la persona, esto es, considerando sus relaciones, sus expresiones y los aspectos constitutivos de la misma. Únicamente a la luz de esta totalidad podemos entrever y distinguir (no decimos separar), las tres dimensiones del hombre: física, psíquica, y espiritual”. (Bazzi y Fizzotti, 1989. Pág. 54).

La conciencia guía al hombre es el instrumento que le permite orientarse en el proceso de indagar por la fuente en la que encontrará el sentido de su existencia. La universidad posee el deber social de presentar los diversos aspectos de la realidad ante el hombre, caracterizados como totalidades que configuran una situación vital en momentos determinados del devenir existencial de la

persona. Pero en ese hombre se confrontan la claridad y la conciencia: la conciencia como guía y la claridad como la capacidad de guiarse acertadamente por el mundo del sentido. Las instituciones humanas pueden despertar o perturbar la claridad, pueden guiar al hombre hacia la realización del sentido o extraviarlo del cumplimiento de sus objetivos vitales. Las organizaciones de educación superior, por ejemplo, pueden crear condiciones ideológicas distorsionadoras, situaciones axiológicas seudovalorativas y condiciones de interpretación de la simbólica cultural que desvían de las interpretaciones correctas. La institucionalidad puede convertir la existencia humana en un espejismo, y la persona puede someterse a que su voluntad de sentido sea enajenada de semejante manera, pero de todas formas la verdad está allí, más allá del hombre, retándolo, proponiéndole la creación de nuevas vías de análisis e interpretación. Puede que la persona nunca sepa que la realidad que enfrenta y asume como verdadera sea la verdadera verdad, pero esto no lo libera de la responsabilidad de seguir adelante intentando hallar la verdad e intentando construir una existencia más verdadera.

“Así es que, más que nunca, la educación es educación para la responsabilidad. Vivimos en una sociedad de la abundancia, pero esta superabundancia no lo es sólo de

bienes materiales, lo es también de información, una explosión de información. Cada vez más libros y revistas se amontonan sobre nuestros escritorios. Nos inundan toda clase de estimulantes y no solamente en lo sexual. Si el hombre quiere salir airoso en medio de estos estímulos que lo inundan a través de los medios de comunicación social, debe saber qué es importante y qué no lo es; en una palabra, lo que tiene sentido y lo que no lo tiene” (Frankl, 1988. Pág. 31).

La verdad, como el sentido, no es algo que dependa de la subjetividad humana, es algo que se halla en el mundo, en el contexto sociocultural en el cual la persona realiza su existencia, pero que no depende del hombre sino de la capacidad del hombre para ver y conocer. Digamos que aunque la plena verdad y el pleno sentido no sean cotidianamente asimilados por la conciencia humana, lo cierto es que la responsabilidad de buscarlos y dar cuenta de ellos se impone a la persona, en un intento de ir más allá de las neurosis colectivas, de ir más allá de las responsabilidades cotidianamente asumidas en un ambiente de heterogeneidad. La responsabilidad personal permite a la persona orientarse hacia la consumación de su ser en términos de ética y de estética, hacia la individualización de sus valores e ideas, hacia una postura de autonomía

frente a la existencia personal.



Fuente: <http://filo1bachespaby.wordpress.com/category/sin-categoria/filosofia-1%C2%AA-evaluacion/2%C2%BA-bloque-las-grandes-preguntas-de-la-filosofia/>

Una voluntad refinada, entonces, entra en el contexto de las organizaciones de educación superior para cumplir con sus deberes y para crear productos culturales que orienten a una comunidad hacia la valoración positiva del potencial creativo de la persona, del potencial autorrealizador del ser humano. Pero en la universidad la persona también encuentra nuevos principios relacionales, nuevas formas de interacción personal y sociocultural, pues al someter la convivencia humana a diversos métodos de análisis estructural, ésta puede ser entendida de manera más clara y precisa, más profunda y comprensiva. Aún más: La universidad le proporciona a la persona la posibilidad de leer su destino y hallar en él un sentido, posibilitándole los elementos interpretativos necesarios para dar cuenta de las causas, las interpretaciones y las finalidades de la vida en las circunstancias que planteen el mayor absurdo posible. Las causas y las finalidades de la existencia humana remiten a la persona a una ubicación existencial específica, y la universidad hace parte del entramado en el cual la persona concibe y despliega el sentido de su existencia, del entramado en el cual la cultura humana adquiere principios de identidad y despliega un sentido colectivo de existencia fundado en la autonomía de la persona y en la cooperación social para la construcción de un porvenir más promisorio para la persona.

“La moral en el sentido tradicional pronto no tendrá vigencia en absoluto. Dentro de algún tiempo ya no moralizaremos más, sino que ontologizaremos la moral. Lo bueno o lo malo ya no serán definidos en el sentido de algo que debemos o no debemos hacer, sino que nos parecerá bueno aquello que fomenta el cumplimiento del sentido que exige e impone la existencia y consideraremos malo todo lo que no permita colmar el sentido”. “La moral no debe solamente ontologizarse sino existencializarse. No podemos enseñar valores, debemos vivir valores. No podemos dar un sentido a la vida de los demás: Lo que podemos brindarles en su camino por la vida es, más bien y únicamente, un ejemplo: El ejemplo de lo que somos. Pues la respuesta al problema del sentido final del sufrimiento humano de la vida humana, no puede ser intelectual, sino solamente existencial: No contestamos con palabras, sino que toda nuestra existencia es nuestra respuesta”. “Esa es, entonces, una respuesta existencial. Por supuesto que también existe una respuesta autoritaria cuando alguien le impone a otro sentido y valores. Pero la condición humana podrá recuperarse sólo en la medida en que se la entienda como responsabilidad frente a un deber, frente al cumplimiento del sentido. Si promovemos este sentido de responsabilidad por un sentido en el hombre, por su

sentido, entonces hemos dado un paso decisivo hacia la superación del vacío existencial” (Frankl, 1988. Pág. 32).

La universidad, como instrumento para la construcción de personas y de sociedades, permite a los sujetos entrenar su creatividad para cumplir el propósito de mejorar el mundo, configurando productos culturales que aparezcan como emergentes de su inventiva y de la sincronización entre su imaginación, su pensamiento y su emotividad; permite a los sujetos hallar un contexto para encontrar relaciones más fundamentales y asociaciones más vitales, con mayor sentido existencial; permite a los sujetos buscar motivos para sufrir en un intento por refinar la existencia y trascender. La responsabilidad personal e institucional tiene en la universidad un lugar para sintetizarse en un solo acto responsable, para sintetizarse en un solo acto de sentido generado por la conciencia colectiva, para sintetizarse en un solo acto de asimilación del pasado como el alimento del presente. En la actividad universitaria se comprende que la transitoriedad de la experiencia humana no desata la muerte existencial de la persona y de la sociedad, sino que posibilita ejercer la libertad al crear un proyecto del futuro, fundamentado en los aprendizajes del pasado. La universidad es el lugar donde el hombre se convierte en hombre de conocimiento y la sociedad se convierte en sociedad del conocimiento, donde lo colectivo y lo perso-

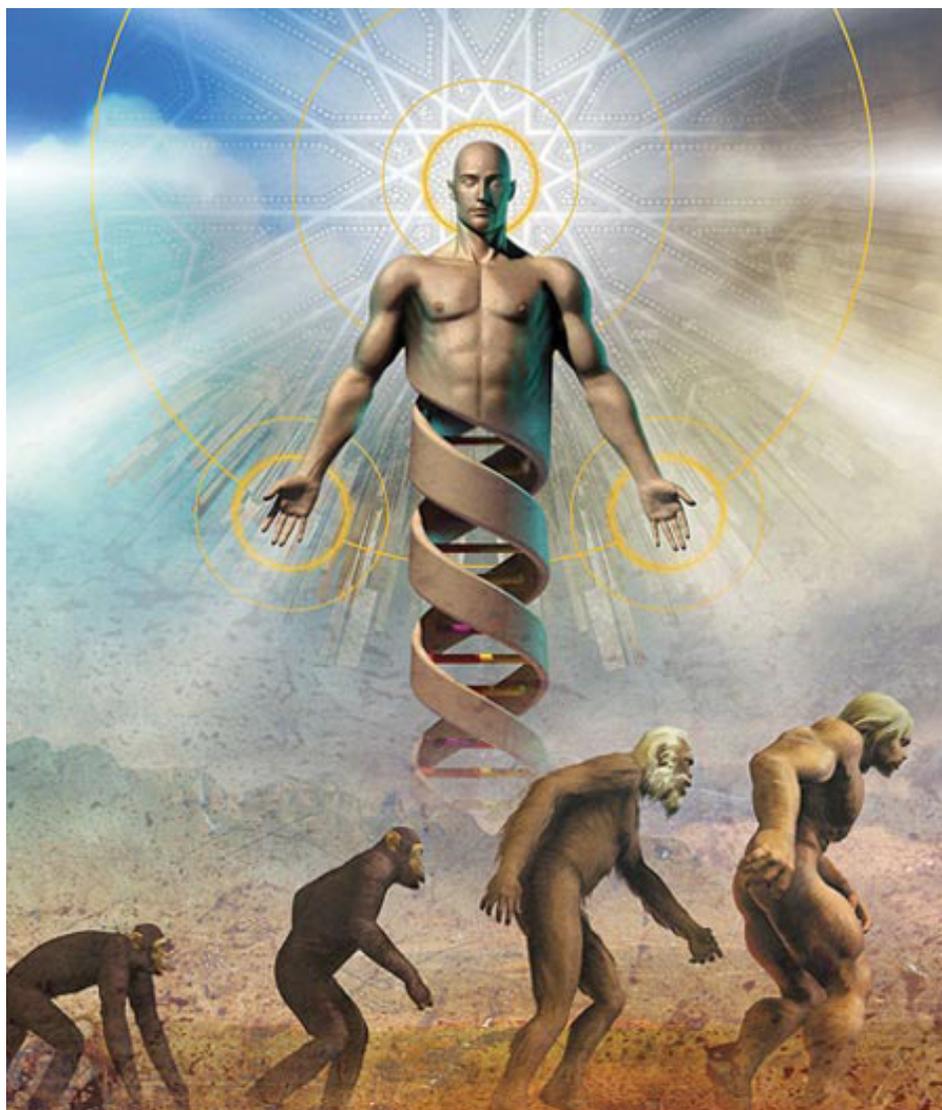
nal se reúnen para conversar acerca de la posibilidad de crear un mundo mejor, donde la libertad sea libertad para perfeccionarse tanto en lo creativo como en lo relacional y lo actitudinal. Más allá de los determinismos psicofísicos y sociológicos, la persona y la universidad poseen el poder de construir una historia más coherente y comprensiva.

“Hemos oído que la responsabilidad significa una responsabilidad para llevar a la realización las posibilidades en sí transitorias de realizar valores y, con ello, depositar a lo de valor en el pasado, es decir en el verdadero existir”. “También hemos sugerido ya que esta realización puede efectuarse, igualmente, a través de una obra o de una vivencia de un sufrimiento (por supuesto sólo un dolor genuino, de parado por el destino). Con ello ya se señala el hecho de que, junto a los valores de actitud de los cuales hemos hablado también sean posibles valores creativos y vivenciales. De la diferencia entre las tres categorías de valores designados y el constante desgranarse en la vida de las posibilidades de su realización, se deduce igualmente que la vida, como responsabilidad, siempre y en toda circunstancia, bajo cualquier condición, significa para nosotros un deber, y con ello también se demuestra que nuestra existencia, la de todos nosotros, en cualquier momento siempre tiene sentido, un sentido distinto, siempre

cambiante. Se deduce también algo más: Las dificultades, cuanto más grande sean, se han agregado para acentuar el carácter de deber que tiene nuestra existencia y con ello darle más sentido a la vida” (Frankl, 1988. Pág. 65).

En el contexto de las organizaciones de educación superior es esencial tener presente que llegar a conquistar un mercado requiere de un proyección institucional por medio de una misión clara, que permita dar a conocer, tanto interna como externamente, los alcances y propósitos institucionales, que serán una herramienta para la construcción del futuro, determinando el impacto y la acogida en el contexto social. Para el planteamiento de esta misión, los argumentos aparecen como instrumentos de la inteligencia utilizados para conferirle rigurosidad y operatividad a los constructos misionales, pues la fuerza de los argumentos está en las fuentes de la filosofía y la ciencia, más allá de la relatividad de lo sentimental, lo afectivo y lo emotivo. Una organización no puede ser gobernada con base en presupuestos puramente subjetivos, como presentimientos y sentimientos. Quien la dirige requiere valerse de argumentos contruidos con base en una disciplina científica y una tradición filosófica, cuya validez permita confiar en los resultados posibles. “Los sentimientos no pueden hacerse pasar nunca por argumentos” (Frankl,

1978. Pág. 96).



Fuente: <http://www.guerrillapop.com/blog/escepticismo/la-controversia-del-diseno-inteligente>

Las crisis organizacionales en contextos educativos pueden ser producto de las situaciones históricas que enfrenta una cultura, o pueden ser el emergente de una situación de la institución particular, pero una misión claramente planteada y asimilada por los miembros de la organización de edu-

cación superior puede ser el punto de apoyo a partir del cual sean conservados el valor y la razón de ser del medio corporativo, el punto de apoyo que confiera continuidad histórica a la organización. Es necesario empeñarse en sostener los propósitos corporativos y en convertirlos en herramientas para fortalecer las bases ideológicas, axiológicas y simbólicas de la institución educativa, aunque se presenten ciertas crisis que propicien su transformación. Así, la posibilidad de reformular o mantener los principios misionales depende de las situaciones internas o externas de la organización, de las características de la crisis y de los análisis que se construyan para comprender esa crisis.

La confianza en el ambiente de trabajo que ha creado la administración educativa, es el principio que permite orientar a los individuos hacia el cumplimiento de los propósitos organizacionales, así como también es la confianza lo que permite direccionar las fuerzas de esos mismos individuos para la realización de los planes estratégicos, con los que puede lograrse una proyección hacia los mercados que se desea conquistar, y hacia los planos de la sabiduría, la ciencia, la ingeniería y la tecnología que se desean sondear, pues es allí donde se determina qué tan sólidos son los principios que fundamentan el quehacer institucional, donde se obtienen herramientas para hacer

más viable la conquista de las metas organizacionales. En la medida en que la organización cuenta con personas que saben sortear las dificultades propias de ella, personas que comprenden que la misión institucional requiere ser más poderosa que cualquier crisis, entonces la identidad institucional confiere a la organización de educación superior el carácter de insustituible en el contexto social en el que se ha generado.

“No tenemos reparo en afirmar que no hay nada que más ayude al hombre a vencer o, por lo menos, a soportar las dificultades objetivas y las penalidades subjetivas que la conciencia de tener una misión que cumplir. Esta misión, cuando se la concibe como algo personal, hace a su portador insustituible, irremplazable, y confiere a su vida el valor de algo único” (Frankl, 1978. Pág. 97).

En la medida que la universidad se proyecta al mercado y las exigencias para acceder a éste son cada vez más rigurosas, se demanda el máximo desempeño académico e investigativo para crear herramientas eficaces que consoliden aún más la posición y permanencia en el mercado de una organización educativa de carácter especializado, por tanto auto-evaluando los propósitos y logros que rigen la organización se halla el sentido y la razón de ser de

ésta en el medio. Con un buen análisis y desarrollo de la existencia organizacional, unida a la forma de ser que la caracteriza, se incorporan nuevas herramientas que fortalecen los constructos misionales, permitiendo trazar propósitos con mayor sentido corporativo.

Frankl argumentando a Nietzsche escribe: “El cómo de la vida, es decir, todas esas circunstancias desagradables que la acompañan, queda relegado a segundo plano en el momento y en la medida en que pase a primer plano el porqué de ella. Pero no es sólo esto; de la conciencia que así se gana en cuanto al carácter de la misión se desprende, por consecuencia, el corolario de que la vida cobra, en rigor, tanto mayor sentido cuanto más difícil se haga” (Frankl, 1978. Pág. 97).

Cuando la organización tiene claro cuáles son las necesidades a satisfacer en la sociedad en términos de formación técnica, profesional, investigativa, científica y filosófica, puede crear estrategias para cumplir con su propósito de una manera eficiente y eficaz, garantizando su permanencia y continuidad en el medio, generando oportunidades que posibiliten la trascendencia y el acceso a otros mercados educativos, porque la misión posibilita a la organización trazar medios para conquistar contextos

sociales en los cuales los objetivos demuestren su claridad, su pertinencia y el poder de la organización para posicionarse en el medio. “La misión de cuyo cumplimiento se le hace responsable es siempre una misión específica”. (Frankl, 1978. Pág. 98).

Al momento de plantear una misión organizacional se requiere diferenciar su carácter colectivo de su carácter individual. La misión debe aglutinar la voluntad individual y colectiva de los miembros de una organización, para que conserve sus elementos constitutivos a pesar de las variaciones situacionales y caracterológicas. Cuando la organización tiene plena certeza de que no únicamente en los buenos instantes se realiza la misión, y cuando concibe que las “situaciones difíciles” son las que le dan templeza, la misión adquiere un carácter más versátil y a su vez sólido para dinamizar el desempeño colectivo. La organización necesita desarrollar el poder de adaptar su misión a la singularidad de cada situación, para convertirla en una herramienta de éxito en las variables situaciones del devenir humano, pero también necesita una misión lo suficientemente sustancial como para que las continuas reinterpretaciones a las que es sometida no afecten su núcleo central de significado.



Fuente:<http://tecnoguiaeducativa.blogspot.com/>

“El carácter específico de la misión es doble. La misión no solamente cambia de unos individuos otros, con arreglo al carácter peculiar –insustituible- de cada persona, sino que cambia también de hora en hora a tenor del carácter singular -irrepetible- de cada situación. Basta con que recordemos lo que Scheler ha llamado valores de situación (contraponiéndolos a los valores eternos, a los que rigen en todo momento y para todos). Estos valores aguardan, en cierto modo, a que su hora llegue, a que al hombre se le presente la ocasión, que se le brinda una sola vez, de realizarlos; si la oportunidad se deja pasar, se perderá irremediablemente y el valor de situación quedará irrealizado

para siempre; el hombre habrá desperdiciado la ocasión” (Frankl, 1978. Pág. 98).

En la dimensión humana las oportunidades se presentan y desaparecen; así, por el carácter diacrónico de la espacio-temporalidad humana, ante un conjunto de posibilidades culturales la organización de educación educativa se guía por medio de los signos del mercado y de las necesidades culturales, en los que corrobora los propósitos incorporados en la misión organizacional, los cuales aclaran y complementan el enfoque y permiten ir fijando metas más confiables, y así mismo fortaleciendo la misión, precisándola, proyectándola en acciones humanas audaces, por medio de una serie de estrategias administrativas orientadas a convertir el instante en la herramienta del progreso, pues cada instante es un recurso natural no renovable. “La vida de cada hombre tiene una meta peculiar, hacia la que conduce un camino que no se presenta sino una sola vez” (Frankl, 1978. Pág. 98), y lo mismo afirmamos en este lugar sobre las organizaciones al entenderlas como subjetividades colectivas.

El propósito de la organización, al interactuar con sus estudiantes y con los consumidores de las ideas y las tecnologías que en ella se engendran, es satisfacer las necesidades que se presentan en el espacio simbólico, axiológico e

ideológico constituido por el propósito de la organización y la tradición sociocultural en su proceso de mutua construcción, en el cual las circunstancias configuradas por la oferta y la demanda se convierten en nuevos propósitos que la organización deberá incorporar a la misión, y es así que estos nuevos medios se convierten en caminos que posibilitan el logro de las metas establecidas, brindando el poder conquistar un buen desempeño en un contexto determinado. Como dice Frankl, “El hombre tiene en cada una de las situaciones de su vida un único camino peculiar trazado de antemano, por el cual puede llegar a la realización de sus más particulares posibilidades” (Frankl, 1978. Pág. 99). Así, en la organización de educación superior confluyen tantos caminos como hombres para construir un gran camino que es el destino corporativo de esta organización. En este orden de ideas se observa que la misión de una organización no se realiza con sólo estipularla, hay además que entenderla, replantearla, desintegrarla y reintegrarla con el fin de que los miembros de la organización de educación superior encuentren en ella una herramienta singular y firme, llena de estrategias que se deberán utilizar para el cumplimiento de propósitos en el desarrollo de una actitud colectiva desplegada en un mercado potencial, donde las particularidades corporativas se convierten en rasgos diferenciadores frente a las

demás organizaciones educativas, que intentan conquistar los mismos mercados, aunque con diferentes propósitos. “Su misión primera y más urgente consiste precisamente en encontrar el camino hacia el cumplimiento de su propia misión y avanzar resueltamente hacia el sentido de su vida, con todo lo que tiene de singular y peculiar” (Frankl, 1978. Pág. 99), en el sentido de que si una misión no posee un sentido de vida corporativo puede ser que esté muerta en vida, divulgando la barbarie en lugar de divulgar la civilización. Cuando un principio de autonomía corporativa se expresa en su misión, la organización de educación superior enfrenta las demandas sociales diseñando metodologías que operacionalizan su sentido de ser corporativo en el ámbito de las relaciones intersubjetivas desplegadas en lo social; sentido que se alcanza en el día a día enmarcando la razón de ser y de existir de la organización en el medio.

Los objetivos organizacionales contribuyen con la gestión para el logro y la consolidación de los planes trazados en la misión organizacional, además permiten orientar y asumir posición ante un mercado potencial, en el cual se causa impacto en procesos de oferta de ideas y demanda de ideas, que posicionan a la organización educativa y le confieren reconocimiento social en el ámbito competitivo del

capitalismo asentado en contextos formativos, de un capitalismo marcado por la globalización, donde los niveles de eficacia cada vez son más rigurosamente incrementados.

Frankl, citando a Goethe: “¿Cómo puede uno conocerse a sí mismo? Nunca por la reflexión, pero sí por medio de la acción. Intenta cumplir con tu deber, y sabrás enseguida lo que hay en ti ¿Cuál es tu deber? Sencillamente, lo que el día reclama” (Frankl, 1978. Pág. 99), y lo que reclama el día es eficacia para competir en un medio de gentes cada vez más especializada, de profesionales que entienden el mercado laboral como hombres de conocimiento en una sociedad del conocimiento. El profesional se conoce a sí mismo por la acción, por el cumplimiento de un deber, y la organización es un instrumento para cumplir esos deberes históricos que atañen al hombre como ser en construcción. La organización de educación superior se proyecta por medio del trabajo de sus académicos y por la profundidad de sus estudiantes planeando y estructurando estrategias de permanencia en el nicho de mercado que conquistó, al crear procesos de satisfacción de necesidades en las personas que la conforman, al brindar servicios eficientes y eficaces que posibilitan un mejor desarrollo organizacional, reafirmando positivamente la razón de ser y de existir en una sociedad en la que para-

lamente se conoce a sí misma como subjetividad colectiva y redefine sus medios de calificación y cualificación, sometiéndolos a intensas filtraciones, cuyo resultado es la seguridad de ser la corporación que quiere ser, que materializa los sueños de sus empleados y sus estudiantes. En este sentido retomamos a Frankl cuando dice que “Nadie puede saber si tiene o no algo que esperar de la vida y qué horas grandes le aguardan en ella todavía”, que “Ningún hombre tiene derecho a invocar su propia insuficiencia, es decir, a despreciar sus propias posibilidades interiores”. (Frankl, 1978. Pág. 100). Lo que nos induce a plantear, llevando las ideas de nuestro autor al plano colectivo de la subjetividad humana, que la organización de educación superior, como estructura, está en un proceso permanente de construcción de su autonomía, de sus “posibilidades interiores”, de los recursos humanos que la integran, en un proceso permanente de construcción fundamentado en un constante fortalecimiento a partir de la integración de conceptos tan claros como sea posible a la misión organizacional, conceptos que contengan principios éticos y estéticos orientados al mejoramiento de la sociedad que sirve de nicho a la organización, también a proponer ideales corporativos en los que se proyecte el desarrollo continuo y las posibilidades de permanencia corporativa, orientados a consolidar la razón de ser de la organización en el

medio, y confiriendo reconocimiento e identidad institucional por medio del establecimiento de jerarquías axiológicas corporativas que posibiliten la creación de estados de dignidad personal y colectiva que convierten la misión organizacional en parte de un gran proyecto cultural.

“Si se alega que los grandes ideales eternos de la humanidad son pisoteados y profanados por doquier, convertidos en medios para los fines de la política, de los negocios, de la erótica personal o de la vanidad privada, podemos replicar que todo esto no hace más que confirmar la obligatoriedad general y la fuerza imperecedera de esos ideales, pues el hecho de que, para dar autoridad a una causa, sea necesario envolverla en un manto moral, demuestra que la moral es algo eficiente y que es posible influir en los hombres en virtud de su propia moralidad”. (Frankl, 1978. Pág. 98).

El conjunto de funciones sociales con que la organización educativa (especializada o universitaria) se proyecta al mercado, existe en los papelines administrativos pero requiere integrarse a la actividad general de la institución, induciendo una actitud corporativa que le permita regular el impacto cultural de su actividad, asumiendo una responsabilidad histórica fundamentada en la misión organi-

zacional. El poder de acceder a nuevos mercados, de crear nichos axiológicos, ideológicos y simbólicos con la ciencia, la sabiduría y la tecnología que genera, es un reto que la organización traza por medio de la misión, en la cual se fundan los propósitos a alcanzar en un universo sociocultural determinado, que a la vez constituye la razón de ser de la organización entendida como institución cultural y como centro de civilización.

“La misión que el hombre tiene que cumplir en la vida existe siempre, necesariamente, aunque el interesado no la vea, y es siempre, necesariamente, susceptible de ser cumplida. Lo importante para el análisis de la existencia, en general, es, como puede comprenderse, que el hombre siente y viva su responsabilidad en cuanto al cumplimiento de todas y cada una de sus misiones, tal como en cada caso se le planteen; cuanto mejor comprenda el carácter de misión que la vida tiene, tanto mayor sentido tendrá su vida para él. El que no ha adquirido conciencia de responsabilidad acepta la vida como una simple contingencia; el análisis de la existencia, por el contrario, le enseña a concebir la vida como una continua misión”. (Frankl, 1978. Pág. 102).



Fuente: <http://proyecto-integrado2bac.blogspot.com/2011/01/historia-de-la-filosofia-orientaciones.html>

Al plantear sus perspectivas y desarrollarlas, la organización no debe perder de vista el horizonte de su singularidad institucional, gracias al cual puede proyectarse a un mercado con sus ideales corporativos debidamente consolidados desde la misión organizacional. Los ideales corporativos deberán ser susceptibles de modificaciones básicas y necesarias que permitan lograr captar más clara y profundamente el sentido y la razón de ser de la organización, pues la organización es un sistema dentro de un contexto cultural que avanza en la historia creando las condiciones para que la vida social se proyecte en dimen-

siones cada vez más elevadas de la existencia humana, para que la persona, como centro de sí misma y como elemento de la estructura social, viva simultáneamente a instancias de las perspectivas de su proyecto individual y del proyecto de las instituciones a las cuales se encuentra afiliada, viva a instancias de la misión personal y de la misión que le proponen los medios institucionales. Conciencia y responsabilidad se conjugan para posibilitar la coherencia entre persona y mundo social, entre el ser frente a sí mismo y el ser frente a la otredad, entre el ser frente a sus actos y frente a la resonancia de sus actos en el devenir histórico.

“No es posible que lleguemos a reconocer una misión de vida dotada de validez general y obligatoria para todos” (Frankl, 1978. Pág. 102), y esto se cumple tanto en el plano individual como en el plano corporativo, pero sin una misión clara es la vida colectiva y personal la que va perdiendo su validez, en el sentido de que se diluye la visión del porvenir, que para la organización de educación superior el futuro se vuelve difuso y que el mercado se cierra para ella, pues sus acciones educativas pierden su contundencia historicocrítica, política y social.

Existe un medio denominado mercado, donde confluyen organizaciones con propósitos heterogéneos, lo cual exige

que se valgan de herramientas filosóficas, metodológicas, tecnológicas y argumentativas eficientes y sólidas que han de marcar la diferencia de ideales entre ellas. Para la creación y consolidación de una organización y para la realización de su misión organizacional, se hace indispensable identificar las necesidades del contexto y las posibilidades corporativas de lograr satisfacer estas necesidades. El poder de satisfacción es determinado por las personas, que desde su singularidad, eligen los medios para conquistar las metas organizacionales, por lo que la evolución corporativa, como subjetividad colectiva, exige realizar una buena selección de recursos humanos, de personas que incorporen la misión organizacional a su sistema de representaciones individual como parte de la integridad de su dimensión íntima, para que así contribuyan a determinar y proyectar con mayor temple los objetivos y metas de la organización.

“Es la vida misma la que plantea cuestiones al hombre. Éste no tiene que interrogarla: Es a él, por el contrario, a quien la vida interroga: Y él quien tiene que responder a la vida, hacerse responsable. Las respuestas que el hombre dé a estas preguntas deberán ser siempre respuestas concretas a preguntas concretas, en la responsabilidad de la existencia tenemos su respuesta; es en la existencia mis-

ma donde el hombre responde a sus cuestiones” (Frankl, 1978. Pág. 104).

La razón de ser de las organizaciones evoluciona en la medida en que se desarrollan herramientas para el entendimiento de la responsabilidad corporativa, para el entendimiento de los componentes éticos y estéticos de la actividad organizacional, trascendentales en el desarrollo, porque facilitan la comprensión de los pro y los contra de lo que se asume en el discurso misional. Hacer análisis de mercados y de medios socioculturales desde una perspectiva ética y estéticamente viable en términos de refinamiento de las costumbres, permite al recurso humano tomar decisiones estratégicas para el acceso a nuevos mercados. Valerse de argumentos o de medios poco estratégicos al incursionar en el mercado, puede significar la creación de un contexto de inestabilidad corporativa que dificulte el logro de los propósitos de las organizaciones de educación superior. La conciencia colectiva de la organización fundamenta el análisis de mercados.

“El mismo instinto que, según veíamos, conduce al hombre a sus misiones de vida más propias y peculiares, le guía también en la respuesta a las interrogaciones de la vida, a la responsabilidad frente a su vida. Este instinto moral es la

conciencia. La conciencia tiene su voz y nos habla, siendo éste un hecho fenoménico innegable”. (Frankl, 1978. Pág. 104).

La organización de educación superior, por medio de la misión, construye propósitos que han de ser alcanzados en un intervalo de tiempo, esto a su vez contribuye al desarrollo de un carácter institucional particular y fuerte, el cual servirá como herramienta para la configuración de un ambiente propicio a la realización de las pretensiones vitales de la colectividad corporativa, pues son estas pretensiones las que determinan la solidez de las bases que sustentan la misión organizacional.

“Una de las características esenciales del ser humano es estar en el campo polarizado de tensiones entre el ser y el deber, estar en la presencia del sentido y de los valores, ser objeto de sus exigencias. Puesto que la fuga de esas pretensiones es una característica de la existencia neurótica”. (Frankl, 1978. Pág. 105).

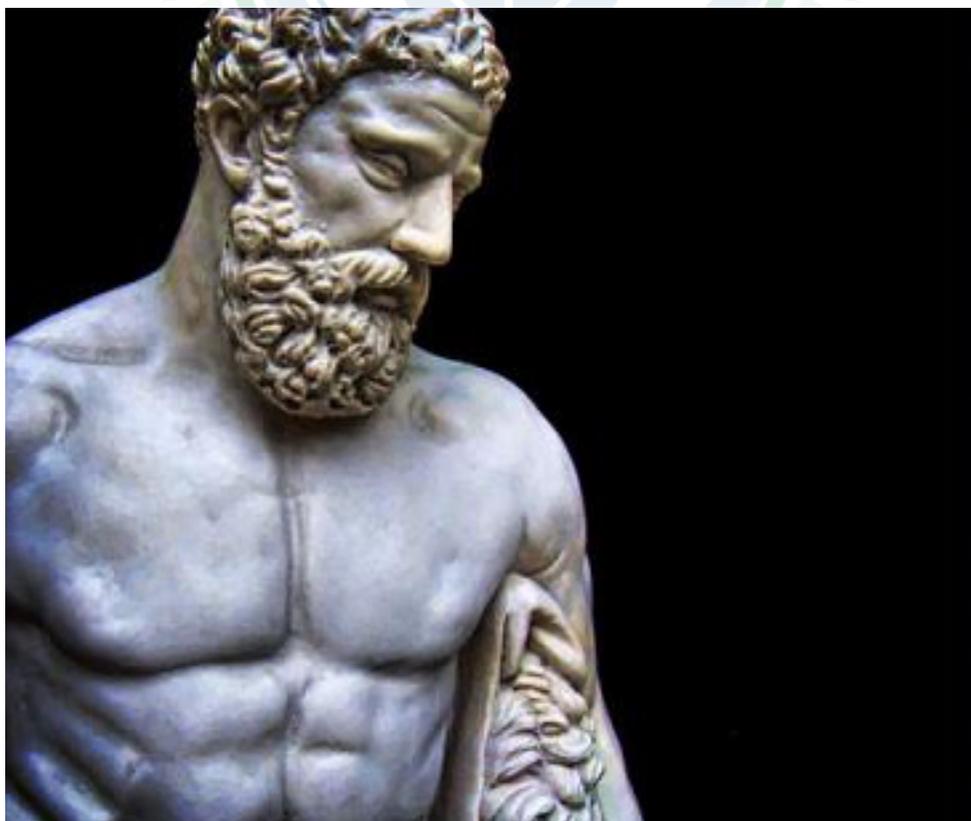
Cada organización se forma a partir de las necesidades a satisfacer, son estas necesidades el contexto en el cual se realiza la misión, donde la organización conquista un reconocimiento social. Pero en el momento en que la orga-

nización cree haber logrado su máximo desarrollo puede suspender sus procesos de evolución colectiva, por configurar la percepción de que ha conquistado sus ideales y realizado su misión, una percepción gracias a la cual la organización pierde el horizonte en el que tendría un sistema espaciotemporal en el cual plantearse nuevos logros por conquistar. Por el contrario, cuando una organización llega a una de las posibles cimas de la evolución corporativa, debe asumir este hecho como parte del proceso de consolidación de los planes organizacionales, de consolidación de la razón de ser corporativa, de consolidación de las causas esenciales que llevan a las personas a invertir su impulso vital en la realización de la misión organizacional, de consolidación de la estructura corporativa. Resumiendo: Las necesidades sociales son el territorio en el que se realiza la misión organizacional, y el territorio en que la organización evoluciona. Frankl, citando a Carl Rogers y Allport, explica: "Siempre hay una brecha saludable entre el yo y el yo ideal, entre la existencia presente y la aspiración. En cambio, una satisfacción demasiado grande indica patología". (Frankl, 1978. Pág. 106). La búsqueda constante de logros y propósitos determina la solidez de la misión y el desarrollo de las herramientas para propiciar la evolución del recurso humano, la conquista de nuevos nichos de mercado, la consolidación de procesos adminis-

trativos más estratégicos y de tecnologías que propicien un mejor rendimiento, pues “La orientación del hombre al sentido debe considerarse como medida de la salud anímica”. (Frankl, 1978. Pág. 106).

La continuidad de la organización de educación superior en el medio, permite desarrollar y sostener los propósitos que se han trazado en la misión, y si los administradores lanzan una mirada analítica sobre ese mismo medio, pueden crear argumentos misionales nuevos para expresar las intenciones corporativas que los cambios demandan. La experiencia de estar socialmente contextualizada crea en la organización procesos de retroalimentación, por medio de los cuales estima su posición en el nicho de mercado y determina el efecto que tiene el cumplimiento de las metas corporativas en el conjunto de los usuarios de los servicios educativos, los cuales, en último término, son quienes posibilitan la continuidad la acción corporativa en la cultura. “La autorrealización se presenta después por sí misma, como efecto de haber cumplido el sentido, y no como su fin. Solamente la existencia que se trasciende a sí misma puede autorrealizarse, mientras que si se pusiera a sí misma, o a su autorrealización, como objeto de su intención, ésta se malograría”. (Frankl, 1978. Pág. 109).

Es esencial para la organización no concebirse como representante dogmática de un solo sistema ideológico, lo esencial es que marche de forma autónoma hasta donde lo permiten los medios legales y corporativos, con el fin de crear sus propias formas de pensar y de construir métodos más confiables, que refuercen la identidad y el autorreconocimiento institucional. Es así como estar permeado por determinada posición ideológica indica las políticas y los ideales que determinan la acción organizacional en sus nichos de mercado, donde la espontaneidad y singularidad corporativa permiten trascender el dogmatismo autoritario que limita el desarrollo organizacional en contextos educativos.



Fuente: <http://disidenteporaccidente.blogia.com/2011/febrero.php>

“Nos gustaría preguntarnos de nuevo qué hay detrás de todas esas doctrinas que se le presentan al hombre de hoy: Tratar simplemente de desplegar en toda su fuerza sus posibilidades internas o, como dice la otra posición, expresarse a sí mismo. En mi opinión, el motivo oculto que está detrás de ambas tiende a reducir todas las tensiones provocadas por la brecha entre lo que es un hombre y lo que tiene que llegar a ser; la tensión, como también podríamos decir, entre la realidad por un lado, y aquellos ideales que todavía falta realizar; o, expresándolo de otra manera, la tensión entre la existencia y la esencia, entre el ser y el sentido”. (Frankl, 1978. Pág. 110).

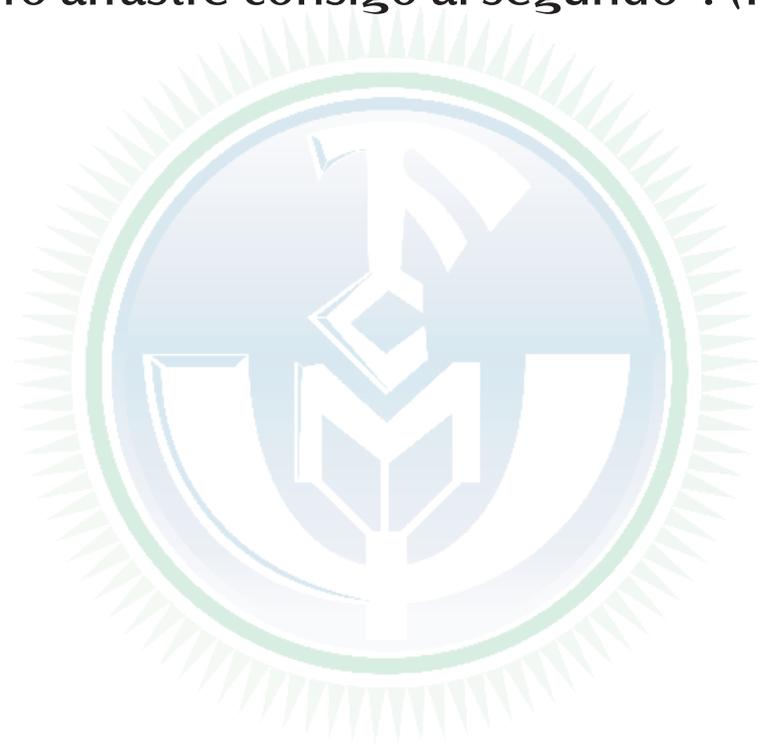
La persona está en busca de su centro, de un centro en sí misma desde donde pueda dar cuenta de sí, y la organización de educación superior cuenta con los medios institucionales necesarios para que a partir de un conocimiento de sí la persona utilice sus talentos de manera eficaz, para que aprenda a fijarse un centro en sí misma y a propiciar condiciones de evolución social e histórica. Por medio de los conocimientos acumulados en términos de historia, la universidad ofrece a la persona algunos lineamientos sobre su tradición cultural; por medio de los acumulados en términos de filosofía, la universidad ofrece a la persona la posibilidad de organizar sus pensamientos y ubicarlos

en una lógica particular; por medio de los acumulados en términos de medicina, de psicología, etc. La universidad abre un horizonte al ser humano para que encuentre las causas, las finalidades y las interpretaciones de lo que sucede en él como ser social, como ser de intimidad y como sujeto en evolución.

“La tensión entre el ser y el sentido se basa irrevocablemente en la esencia del hombre. La tensión entre el ser y el deber ser es precisamente una parte constitutiva del ser hombre. Y por ello mismo es también una condición inalienable del estar sano del alma”. “En un ser finito como el hombre la existencia y la esencia no pueden ni deben coincidir y ser congruentes; por el contrario, el sentido debe preceder siempre al ser: Porque sólo así puede el sentido ser aquello que es su propio sentido: ¡marcapaso del ser! Por el contrario, la existencia se desploma y se viene abajo cuando no se trasciende a sí misma, cuando no sale de sí misma para alcanzar algo que está más allá de ella”. (Frankl, 1978. Pág. 111).

La organización de educación superior requiere de un super-sentido que le permita realizar procesos de planeación estratégica como centro de reunión de talentos humanos, procesos de planeación en los cuales la persona pueda

ubicarse, orientarse y dar cuenta de sí misma sintiendo que la organización avanza con ella, que individuo y colectividad encuentran la posibilidad de construirse mutuamente en este sistema corporativo llamado universidad. “El (último) sentido (el supersentido, como suele decirse) precede al ser, para que el segundo siga al primero, para que el primero arrastre consigo al segundo”. (Frankl, 1978. Pág. 111).



UNIDAD 3

LA MISIÓN COMO INSTRUMENTO DE CONCIENCIA

Cuando la misión es asimilada como reguladora del comportamiento, cuando sus principios filosóficos son absorbidos por la persona y llevados a la dimensión íntima para que allí se conviertan en elementos de la subjetividad, entonces el vínculo entre persona e institución se convierte en una solución de continuidad existencial entre lo público y lo privado, entre lo individual y lo colectivo, entre la historia personal y la historia social, pues la organización de educación superior es un centro desde el cual se dirigen las dinámicas culturales, se modulan los esfuerzos de la generación presente, pero también el de las generaciones futuras. En la misión de la organización de educación superior está condensada una definición abstracta de las causas, las interpretaciones y las finalidades de todas aquellos símbolos, ideas y valores que han llevado a la organización a configurarse como se ha configurado; está la definición abstracta del destino hacia el cual se dirige el conjunto de personas que se reúnen dentro del sistema corporativo, pues la pertenencia a una organización de educación superior afecta la noción de destino y el concepto de futuro que asumen quienes están en esa organización, determina la orientación que esas personas

asumirá en sus existencias particulares. Pertener a una organización superior, entonces, es un vínculo intelectual que la persona asume frente a su sociedad, es un vínculo axiológico que determina las relaciones de la persona con la cultura, es un vínculo simbólico que se establece entre sujeto e institucionalidad. El efecto histórico de la institución educativa depende en gran medida, entonces, del tipo de vínculos que constituya en sus relaciones con las personas, del conjunto integrado de relaciones que le permiten adaptarse y cambiar mientras va siguiendo los vientos de la tradición y de la creación. La dirección hacia la cual se dirigen los esfuerzos corporativos y la evolución organizacional, es una ruta hermenéutica trazada por medio de la formulación de los objetivos corporativos, los cuales deben ser sometidos a frecuentes revisiones para que los cambios culturales y nacionales afinen el sentido misional de la organización de educación superior antes que vaciarlo de este sentido. “El significado, la dirección y las estructuras (...) tienen que volverse a crear continuamente como reacción a un ambiente fluido y turbulento. El significado y la dirección que en una época sirvió como una fuente de integración pueden rápidamente sobrevivir a su utilidad”. (Denison, 1991. Pág.168).

Los directivos crean estados de conciencia colectiva me-

diante sus decisiones, porque al formular unos objetivos y una misión corporativa, crean el fundamento para el sistema de normas que regirá la conducta de los empleados, pero cuando se trata de una organización de educación superior crean también las directrices históricas dentro de las cuales serán moldeados los entendimientos de varias generaciones. La misión, entonces, es una ética y una estética, un conjunto de instrumentos discursivos que sirven para hacer del mundo un lugar más bello y más bueno, un conjunto de instrumentos discursivos que servirán para crear una situación humana particular y que requieren de unos recursos humanos particulares que promuevan su utilización. Por tales motivos la misión debe consolidarse como un conjunto de principios compartidos que comprometen la acción, el pensamiento y el perímetro de todo lo que configura la intimidad de la persona. Si la persona no está convencida de que la misión constituye un principio que vale la pena defender, si no se da cuenta de que la misión es un centro filosófico con el que puede regir su vida, si quiere vivir mejor y en un mundo más bello, entonces será muy difícil que convierta esa misión en un eje creativo en el contexto de su existencia.

“La gente actúa debido a valores interiores y no en virtud de un control externo”. “Cuando los gerentes o ejecutivos

han creado un sistema implícito de control social basado en valores interiorizados, esto lo puede liberar de algunas de las demandas de supervisión constante y control administrativo de su organización. Cuando el sistema empieza a regularse a sí mismo, el gerente o ejecutivo ya no necesita dedicar tanto tiempo para supervisar y controlar, a fin de asegurar que se haga el trabajo. Esta libertad le da al gerente o ejecutivo para trabajar sobre la tarea de liderazgo más importante de todas: Planear lo que va a ocurrir en seguida.



Fuente: <http://www.neurocapitalhumano.com.ar/shop/detallenot.asp?notid=255>

Crear esa cultura requiere entender que el control social se puede basar en consenso y dedicación más que el control

administrativo. Este enfoque del control va más allá de las habilidades normales de la gerencia para mover casillas y flechas en un organigrama. Requiere entender completamente la dinámica del sentido y consagración para cada miembro de la organización”. (Denison, 1991. Pág. 178).

Riqueza, ciencia y sabiduría son las categorías de productos culturales que toda organización de educación superior está llamada a consolidar. La riqueza se crea para que los hombres la utilicen, para que las personas refinan su existencia con base en ella, para que la existencia humana sea algo más viable y bello. La ciencia se crea para que la realidad aparezca más diáfana ante la persona, y por eso las gentes que se incorporan al trabajo académico en el contexto de una organización de educación superior, deben ser identificadas como generadoras de metodologías, epistemologías y ontologías emergentes de profundos procesos de conocimiento, pues en una institución como la que nos ocupa no se requieren estudiantes sino estudiosos, gente comprometida con la creación del futuro. La sabiduría se crea para que las tradiciones, valores, ideas y símbolos, sirvan a la persona para elevar su experiencia cotidiana al plano del entendimiento especializado, al plano del entendimiento complejo. Por todo lo anterior, la selección del personal administrativo, docente, investiga-

tivo y estudiantil debe ser realizada de manera cuidadosa e inteligente, pues cada persona que entra a una institución educativa de nivel avanzado está inscribiéndose en el proyecto histórico de la organización.

“Los conocimientos y las habilidades humanos no utilizados dentro de una organización se han convertido en una evidente desventaja competitiva. El interrogante actualmente es cómo capturar tanta participación como sea posible entre los miembros de la organización y utilizarla para mejorar los procesos organizacionales y los propios individuos”. “Las organizaciones efectivas requieren un alto nivel de participación”. (Denison, 1991. Pág. 178).

Las personas son el origen de la ciencia, la sabiduría y la riqueza, son el origen y el destino de estos tres elementos reguladores y enaltecedores de la vida cultural. Para que la organización de educación superior sea generadora de estos tres elementos requiere de personas capaces y comprometidas, requiere que los empleados, directivos y académicos en general, participen de la creación y la recreación de la institución, que conformen una conciencia colectiva activa y crítica. “La consecuencia más fundamental de los hallazgos sobre consistencia es la necesidad de desarrollar un entendimiento completo de los valores y las

normas compartidos que conforman el núcleo central de cualquier organización” (Denison, 1991. Pág. 178), pues si no hay elementos de simetría subjetiva entre las personas, si la norma y los valores enunciados por la administración no son compartidos por los miembros de la organización de educación superior, entonces pierden su capacidad integradora y su eficacia simbólica.

La receptividad de la institución educativa frente a la subjetividad de sus integrantes constituye la posibilidad de que estos integrantes contribuyan con su talento y con su potencial de autorrealización a la prolongación en el tiempo de la acción cultural de la organización. “Mantener una ventaja competitiva significa que el sistema de inteligencia de la organización no está solamente abierto a ideas nuevas sino que también busque afanosamente fuentes de ventaja competitiva y las incorpore rápidamente a su propio repertorio”. (Denison, 1991. Pág. 179), lo cual indica que como organización la institución educativa desarrolla estrategias para evolucionar en un ambiente que le obliga a comportarse como negocio para sobrevivir en un medio capitalista e instrumentalista, pero en el cual halla los recursos administrativos y educativos necesarios para su sostenibilidad.



Fuente: <http://zonaprime.wordpress.com/>

“El desafío y la complejidad para el gerente efectivo de la cultura consiste no solamente en adaptarse exitosamente hoy sino prestar atención al aprendizaje organizacional que se presenta durante la adaptación y se incorpora a la cultura de esa organización. Qué aprendizaje ocurra o no ocurra, probablemente determina la habilidad de la organización para adaptarse en el futuro. Crear este vínculo entre innovación interna y externa es una parte definitiva de la construcción de una organización efectiva”. (Denison, 1991. Pág. 179).

Las búsquedas históricas que propone una organización de educación superior constituyen un conjunto de situaciones sociales esperadas, racionalmente planeadas, conscientemente elegidas. La misión, los objetivos y los

valores corporativos emergen de una libertad individual, y esta libertad debe responder ante la historia por el éxito o el fracaso que deviene para la organización después de realizar sus planteamientos axiológicos, misionales o de cualquier tipo. Quien habla en nombre de una organización de educación superior, por lo tanto, debe ser una persona que posea el poder del conocimiento, que tenga la capacidad de responder por sus actos ante la historia y ante las personas que dentro de una comunidad particular construyen esa historia, que tenga la suficiente visión de la cultura como para generar planes de respaldo corporativo, como para reorientar la acción corporativa durante una situación de crisis.

“En muchas organizaciones, misión y visión no van mucho más allá de simplemente repetir lo que ha tenido éxito en el pasado hasta que se demuestre lo contrario. Una firma efectiva debe tener un plan estratégico y una clara dirección, pero también debe expresar el plan en una forma que tenga sentido para los miembros de la organización. Si no es así, no hay probabilidad que la misión se ponga en práctica con éxito. La visión tiene que traducirse en comportamientos orientados hacia las metas por parte de cada miembro de la firma. El hecho de hacerlo así puede ayudar a canalizar el comportamiento competitivo hacia

metas externas, más que hacia competidores internos. Tener una misión sólida cambia el comportamiento obligando a toda la gente a vigilar su conducta actual frente a un estado futuro preferido". (Denison, 1991. Pág. 179).

Puede decirse que los órganos directivos de una organización son como la conciencia colectiva; son los intérpretes de las tradiciones culturales y corporativas en el medio institucional particular, son los encargados de posibilitar en la organización un proceso de asimilación del pasado; son los intérpretes del presente de la institución en el proceso de enrostrar los retos del presente, que requieren decisiones asertivas y drásticas, responsables y creativas; son los encargados de adelantarse al futuro para construir el porvenir. Por eso la organización de educación superior requiere mecanismos de elección de sus dirigentes por medio de los cuales se pueda optar por personas que amen el conocimiento y estén en capacidad de regular procesos administrativos de diferentes tipos, lo que quiere decir que no sólo son personas con gran capacidad de conceptualizar, proponer métodos y contextos ontológicos para desplegar el pensamiento, sino también personas con grandes habilidades comunicativas y relacionales. El liderazgo de los dirigentes de una organización educativa se mide como capacidad de posibilitar la construc-

ción de compromisos personales con la institución y de construir un sistema corporativo que se compromete con la inteligencia de sus integrantes abriéndoles un contexto para el despliegue de sus autoexpresiones.



Fuente: <http://becalos2008.ning.com/>

La conciencia colectiva de una institución universitaria que se orienta por horizontes históricos con unas nociones éticas y estéticas elevadas, dirigiéndose hacia planos de interacción con la sociedad que están más allá de la ganancia y la pérdida, el éxito y el fracaso, es un centro de poder cultural en el cual se diseñan las estrategias por medio de las cuales determinadas jerarquías axiológicas, sistemas ideológicos y sistemas de representacionales, dominarán la producción cultural de un grupo humano, las tecnologías que se adopten, el grado de participación de las singularidades humanas en el proceso de construcción de la sociedad y el tipo de personal que evaluará la validez cultural de los mencionados productos. Cuando una organización de educación superior ha llegado a la plena conciencia de sí, sabe que requiere crecer a escala humana, destacando los lugares que habrán de ocupar los sujetos singulares en los diferentes contextos institucionales.

“El valor económico de las contribuciones humanas colectivas a las organizaciones comerciales es una clásica paradoja. El descubrimiento y la aplicación de tecnología, el desarrollo de instrumento y estrategias financieras y el diseño y la estructuración de organizaciones complejas, todo esto contribuye la creación de una acción humana

colectiva. Las máquinas no pueden inventarse a sí mismas. Sin embargo, a los objetos creados se les atribuye más valor en una organización comercial que a la gente y los procesos que los crearon. El artefacto es un activo y el creador un costo” (Denison, 1991. Pág. 180).

Y no es ésta una paradoja que se presente en el mundo comercial únicamente, pues el mundo académico también tiene que enfrentarse a la constitución de una antropología, de un concepto de hombre, pues del concepto de hombre y de mundo que se maneje emerge la acción histórica que busque generar la organización. Vale más la persona que el rango y el cargo que ocupa en la jerarquía corporativa. Vale más la persona que los procesos de control que permiten regular la convivencia y la productividad corporativa. Vale más la persona que la institución en su conjunto pues para la persona está creado el sistema. Pero si no hay un orden y un conjunto de regulaciones, la institución no podrá cumplir con su misión ni la persona podrá usar la organización como un instrumento evolutivo e histórico.

Citando a Robert H. Milles: “Para nosotros la estructura de una organización se define de forma muy amplia como los rasgos de la organización que se utilizan para contro-

lar o diferenciar las partes que la conforman”. Y continúa Gibson su análisis: “Todos hemos trabajado en organizaciones (nosotros éramos una de sus partes) y hemos sentido que nuestro comportamiento estaba controlado. No acudimos al trabajo y hacíamos lo que nos parecía, sino aquello que la organización quería que hiciésemos y por lo que nos pagaba. Renunciábamos a nuestra libertad de opción cuando nos incorporábamos a un cuerpo de trabajo y hacíamos todo aquello que formaba parte de las obligaciones del mismo. Los puestos de trabajo figuran entre los rasgos más importantes de cualquier organización”. (Gibson 1999. Pág. 530).

La administración, como conciencia colectiva de la organización de educación superior, es la encargada de sostener la estructura corporativa por medio de la diferenciación de las actividades, su diseño y delimitación espaciotemporal, para que la productividad académica sea sistemática y continuada. El diseño estratégico de las actividades corporativas, sumado a una misión organizacional clara y que despierte el compromiso, posibilita el establecimiento de procesos de convivencia corporativa en los que se trascienda la rutina y haya un compromiso vital entre las actividades realizadas y la existencia del académico, estudiante, investigador y todos aquellos que configuran las

estructura humana de la institución educativa.



Fuente: <http://www.abogadomargallo.com/clientes.htm>

Una conciencia corporativa estructurada, se orienta hacia el diseño de actividades que perduren en el contexto organizacional, que establezcan situaciones de simetría entre el perfil diseñado y las labores desempeñadas, que propicien una actitud de persistencia en los empleados frente a la realización de sus actividades, estableciendo un estado de armonía entre la energía utilizada para cumplir las labores profesionales y la misión organizacional. Orden y precisión en la distribución de las actividades en el contexto, permiten establecer un ambiente en el cual los recursos humanos ejercen sus funciones con un principio de regularidad en sus relaciones con la empresa en general y en

sus relaciones con el medio externo, en el cual la organización realiza su función educativa.

“En las organizaciones es de esperar que se produzcan actividades meramente rutinarias. Por ejemplo, el personal vendrá a trabajar diariamente a la ocho de la mañana, irá a su lugar de trabajo y empezará a hacer lo mismo que hizo el día anterior. Hablarán con las mismas personas, recibirán información de las mismas personas y serán periódicamente evaluados (pero de forma previsible) para decidir sobre posibles ascensos y aumentos salariales. Sin estas actividades previsible, la organización no podría realizar su trabajo”. (Gibson, 1999. Pág. 531).

Cuando se ha creado un ambiente organizacional propicio para que haya regularidad en la realización de las funciones, cuando se han planteado objetivos claros y se han convocado a las personas idóneas para el cumplimiento de esos objetivos, los administradores pueden direccionar las energías humanas aglutinadas en el contexto organizacional hacia la consolidación ontológica de la misión en el contexto social. Esto quiere decir que una misión organizacional de nada sirve si no posee un sentido y un significado cultural, si no posee una ubicación y una orientación en el universo de sentido en cuyo contexto se opera. Pero

todos estos nobles propósitos no se logran, a menos que el nivel de conocimiento de los empleados contratados esté ajustado al perfil, esté en armonía con las perspectivas de crecimiento de la sociedad y de la institución. Así, se concibe que la organización es un instrumento para que la inteligencia humana realice sus propósitos, para que la persona realice sus sueños, pero no pueden confundirse los objetivos corporativos y los personales, y al entrar en un clima de regulación de las relaciones interpersonales e institucionales se logra establecer un equilibrio entre lo personal y lo colectivo, entre lo individual y lo corporativo, la organización se convierte en una herramienta de la persona y la energía vital de la persona encuentra un cauce en la organización. Si la organización de educación superior se ubica en perspectiva de la realización de su misión corporativa, entonces su estructura corporativa, administrativa y académica debe concebirse y construirse según los presupuestos del discurso misional.

“Al afirmar que la estructura de una organización hace que a ésta le resulte más fácil alcanzar los objetivos que se hubiera marcado, no sólo asumimos que sus gestores saben cómo hacer coincidir la estructura organizativa con los objetivos, sino que además desean hacerlo. Parece razonable admitir que en muchos casos la estructura de una

organización no aporta nada positivo al rendimiento de la misma, ya que sus gestores no son capaces, por falta de preparación o de conocimiento de la misma, de diseñar una estructura que guíe el comportamiento de las personas y grupos que forman parte de la misma y los lleven a alcanzar un elevado nivel de producción, eficacia, satisfacción, calidad, flexibilidad y desarrollo. También parece razonable admitir que las estructuras de una organización contribuyen, en ciertos casos, a que sus gestores alcancen sus objetivos personales a costa de los de la propia organización. Por tanto, afirmar que las estructuras de una organización suponen una aportación positiva con respecto a la eficacia de la misma, exige asumir primero que quienes detectan el poder tienen los conocimientos y la motivación indispensable para diseñarla. No hay duda de que la estructura de una organización está estrechamente relacionada con la eficacia de la misma, aunque la naturaleza precisa de dicha relación es muy difícil de definir". (Gibson, 1999. Pág. 532).

La regularidad estructural y funcional en las organizaciones de educación superior no sólo parte del establecimiento de rutinas y del hallazgo de un punto de equilibrio entre las metas corporativas y las metas personales; también se fundamenta en el establecimiento de modelos de produc-

tividad en los que la motivación por expresarse en el plano de la historia y constituir un sitio en la cultura para la institución educativa, expresen motivaciones personales en sincronía con la voluntad corporativa. En una institución de educación con un nivel alto de especialización en los procesos de investigación, enseñanza y aprendizaje, estos procesos se convierten en moduladores del pensamiento, de la estimativa y de las estrategias de interpretación de la realidad; en moduladores del comportamiento íntimo y de la conducta social de las personas, pues cuando los procesos aludidos se convierten en elementos centrales de la actividad laboral, en instrumentos que le permiten a una persona ganarse el sustento diario y ubicarse en esa red de significados que es el mundo, entonces las metas, objetivos y propósitos corporativos configuran centros de significado que inciden sobre el compromiso vital de las personas y del grupo en el cual se inscribe, e inciden sobre la responsabilidad histórica de los sujetos en su intento por hacer viable la misión particular de la organización educativa, por hacer viable en la historia el saber y la riqueza de una empresa educativa particular.

La misión se convierte en un instrumento de la conciencia, entonces, en la medida en que las personas encuentran dentro de la organización de educación superior un centro

de sentido existencial, y cuando la comunidad educativa en general halla en esa misión un propósito corporativo de carácter histórico, que define las estrategias corporativas y orienta a las personas hacia el aprovechamiento de los elementos discursivos y científicos que la institución educativa va creando, mientras construye las condiciones para convertir la misión en una herramienta cultural y en una vía histórico-crítica de evolución, entendiendo por evolución una optimización del potencial de autorrealización humano por medio de la actividad corporativa, una elevación del potencial autotrascendente de las personas por medio del empoderamiento de sus talentos en el ámbito de la imaginación.

Más que un lugar para ganar dinero por medio del trabajo, la organización de educación superior es un contexto institucional en el cual las personas pueden usar sus talentos para promover la productividad cultural de sus coetáneos y la utilización de las tradiciones en el proceso de mejorar la cultura, de orientarla hacia el desarrollo y la refinación de la fuerza social. La producción académica constituye un proceso de consolidación de materiales científicos y sapienciales que rompen los límites de la imaginación y promueven nuevas líneas de creatividad cultural, en las cuales los propósitos corporativos de las organizaciones

de educación superior son enriquecidos con estrategias que impulsan el recurso humano hacia el despliegue de sus capacidades y hacia el fortalecimiento de sus aptitudes, para empoderarse en un clima de competitividad como el que ha generado una cultura como la occidental y latinoamericana de un país como Colombia, que concibe la universidad como empresa.



Fuente: <http://circulodelself.ning.com/>

La batalla de la universidad colombiana no es ya por imponer argumentos, como la batalla que libraba la universidad medieval. La batalla de la universidad colombiana es por sobrevivir en un mercado altamente competitivo, por dar

respuesta a problemáticas sociales crónicas después de siglos de guerra sin pausa y de colonialismos de todas las pelambres, por ubicarse en un lugar de liderazgo en una aldea global llena de propuestas académicas. Por todo lo anterior, la misión corporativa de las instituciones de educación superior es una herramienta de trabajo altamente especializado que cobra vigencia existencial cuando todas las personas que conforman la organización la asumen de manera comprometida, con la idea de convertirla en un criterio de desempeño específico y significativo, con la idea de consolidarla como creencia fundamental en su quehacer laboral, como un complemento a las potencialidades personales que por medio de ella son enfocadas en el intento por incrementar la capacidad de la organización para producir ciencia, sabiduría y riqueza. “El propósito estratégico se enfoca internamente. Se ocupa de la identificación de los recursos, capacidades y aptitudes centrales en los que una empresa basa sus acciones estratégicas. El propósito estratégico refleja lo que una empresa es capaz de hacer como resultado de sus aptitudes centrales y las formas exclusivas en que puede explotar una ventaja competitiva” (Hitt, Trelan y Haskisson, 2001. Pág. 25).

La misión permite configurar una visión global de las resonancias históricas que la organización de educación supe-

rior quiere producir en el devenir social, de la calidad de los procesos formativos e informativos con que esa organización busca enriquecer a una comunidad y de la calidad que se requiere construir a nivel corporativo para que la institución pueda posesionarse en el mercado del saber. La misión permite establecer el tipo de población que ingresará al cuerpo docente, el tipo de estudiantes que configurarán el porvenir académico, el tipo de ideas que constituirán los productos investigativos, el tipo de procesos por medio de los cuales se promoverá la actividad corporativa en el nicho de mercado educativo. La misión permite establecer la forma en que los servicios educativos serán prestados y cómo el proceso de prestación de servicios se articulará con la utilización de los recursos institucionales.

“La misión estratégica, se enfoca hacia el exterior, es la determinación del propósito exclusivo de una empresa y el panorama de sus operaciones con relación al producto y al mercado. Una misión estratégica proporciona descripciones generales de los productos que una empresa quiere producir y los mercados a los que servirá mediante la aplicación de sus aptitudes centrales”. (Hitt, Trelan y Has-kisson, 2001. Pág. 25).

La misión determina la singularidad de un medio corpo-

rativo, las características particulares que permitirán a la organización educativa proporcionar principios inspiradores a sus académicos, directivas y estudiantes. La misión configura un conjunto de conocimientos que sustentan las estrategias de crecimiento corporativo, las estrategias que orientan la organización hacia el futuro, las que permiten ubicar la organización en un tejido de significados sociales que sirven a las comunidades para construir un sistema cosmovisivo o enriquecer el que ya tienen, pues la cultura nacional en que se engendra la organización y la misión corporativa, definen el ambiente institucional y los proyectos históricos asumidos en el ámbito institucional. El hecho es que una misión constituye una herramienta de acción y reflexión, pues nada significa una misión bellamente redactada y usada como eslogan durante el mercadeo corporativo si el pensamiento de las personas no es orientado por ella, si la acción individual no es modulada por la misma, si la sociedad no es estremecida por la acción de personas orientadas por esa misión. Así, el mayor activo de una organización de educación superior lo constituyen las personas, pues gracias a ellas la organización cumple los cometidos para los cuales fue creada, gracias a las personas las metas y objetivos no cumplidos y no realizados se convierten en signos de la voluntad. Puede que una misión no se realice íntegramente como

proyecto histórico, pero el hecho de haber convocado diversas personas y diversas voluntades en el intento por realizarla ya, crea un efecto cultural significativo aunque su alcance no sea ni el más amplio ni el más profundo.

Citando a Gulick: “Una manifestación clara del propósito universalmente entendido esa garantía de una administración eficaz”. Citando a Etzioni: “Un objetivo organizacional es un estado de cosas deseables que la organización intenta convertir en realidad”. Y continúa House su análisis: “La parte importante de la definición de Etzioni es que indica un estado deseable que la organización intenta convertir en realidad. Es posible que la organización no alcance los objetivos o estados de cosas deseados, pero posee una orientación y un propósito. Por eso los objetivos varían con la naturaleza y tipo de organización”. (House y Bowdith, 1976. Pág. 165).

En un medio corporativo como el que nos ocupa, la misión es un instrumento para revisar las tradiciones, para crear un proceso asimilativo frente a la historia institucional, para recapitular el pasado y convertir la experiencia en sabiduría colectiva; es un medio para entrar en contacto con la realidad inmediata, con el aquí y el ahora, con las situaciones que cotidianamente presenta la realidad sociocultural

al medio corporativo; es la puerta de entrada al mundo de los objetivos corporativos, del proyecto de vida institucional, a la construcción de la visión del futuro. Cuando la administración de la organización de educación superior intenta reinventarse como estructura espaciotemporal, cuando intenta visualizarse como estructura ubicada en un espacio y un tiempo social, entonces recurre a la misión como núcleo de sentido fundamental que eleva al plano del discurso la actividad humana. En el contexto de la misión pasado, presente y futuro de la organización de educación superior, aparecen como la constitución de fuerzas institucionales que se crean y se recrean para dinamizar las relaciones con el medio cultural externo. Capturar riqueza y sabiduría, crear ciencia y poder para el entendimiento, esas son las orientaciones que logra la universidad para realizar su misión, son las orientaciones que construye la organización de educación superior por medio de los reglamentos y normas que regulan la convivencia institucional y la productividad corporativa, son las orientaciones que logra la organización educativa por medio de la atenta recepción de las demandas de los estudiantes potenciales y de las ofertas de trabajo especializado que genera el medio.

“El hecho de que la organización sea un sistema abierto

con subsistemas interdependientes y relacionados entre sí, que recibe sus inputs de campo exterior para producir un equilibrio cambiante e inestable, demuestra que toda organización tiene objetivos múltiples. Drucker advierte que las organizaciones industriales deben desarrollar objetivos en ocho campos esenciales: Posición en el mercado, innovación, productividad, recursos físicos y financieros, rentabilidad, actuación y desarrollo de los directivos, actuación y actitud de los trabajadores y responsabilidad pública. Aunque los campos citados por Drucker corresponden a la organización lucrativa o utilitaria, cualquier organización necesita tener objetivos en todas las áreas que ejecutan a su supervivencia y eficacia. Es también evidente que, puesto que el sistema social se compone de subsistemas relacionados entre sí, sus objetivos también estarán igualmente relacionados entre sí. Por ejemplo, la posición en el mercado y la innovación están muy relacionadas, lo mismo que la rentabilidad y la actuación de los trabajadores, aun cuando los objetivos a corto plazo en un campo pueda contradecir a los de otro campo". (House y Bowdith, 1976. Pág. 167).

La misión organizacional es un instrumento discursivo que facilita el proceso de articulación de la organización universitaria con el camino evolutivo marcado por la comunidad

como constructora del porvenir de una sociedad. Cultura e institución educativa hallan en la misión elementos discursivos compartidos para generar situaciones axiológicas, ideológicas y simbólicas determinadas. En este contexto una misión corporativa intenta convertir la organización en un centro de generación de orden cultural por medio de los aportes de diversas personas, cuyas voluntades han sido articuladas en las finalidades de una institución. Así, los bienes y servicios generados por una institución de educación superior están orientados al mantenimiento y recreación del orden social. Una institución educativa es una entidad organizadora en la medida en que crea y mantiene procesos de civilización.

Como centro de civilización, de voluntad y de creatividad humana, la organización de educación superior genera productos culturales que definen los derechos, la ética, la religión, los programas de acción y todos aquellos elementos que consolidan la identidad de una sociedad, y aunque en la misión debe estar estipulado el hecho de que una organización no puede hacerse cargo de demasiadas cosas a la vez, como generadora de educación la organización universitaria sí toca a la sociedad en sus diversas dimensiones.



Fuente: <http://volundaddecrear.bligoo.com/content/user/151360>

En términos generales, se puede decir que la misión es el eje discursivo de una organización, es el elemento filosófico que convierte una institución educativa en un sistema generador de sabiduría, ciencia y tecnología ética y estéticamente orientadas; es el instrumento que rige el entendimiento cuando entra a consolidar planes estratégicos en un proceso de modulación del comportamiento social y de la interpretación histórica del devenir de un pueblo. De la manera, como la administración logre convertir la misión en un elemento del desarrollo organizacional, su proceso de crecimiento será rápido o lento, estable o inconsistente, pues la forma en que crecen las organizaciones depende en gran medida de su afinidad con la misión corporativa en el plano de la sociedad y la cultura. En este orden

de ideas se pueden concebir las normas organizacionales como instrumentos para la orientación de la convivencia, que emergen del intento por convertir la misión corporativa en una dinámica cultural regulada desde una institución particular, pues el sistema de normas convivenciales es un instrumento de poder para limitar o propiciar el acceso de la creatividad personal al contexto de la actividad académica como labor profesional, es un instrumento de poder para construir una situación historicocrítica de tipo corporativo que permita cambiar o sostener los objetivos institucionales, promover o modular una determinada misión corporativa en una situación sociohistórica cambiante como la del hombre y la de las sociedades en las cuales el talento humano se aglutina.

La misión se establece para que module el conjunto de conocimientos que construyen los catedráticos e investigadores y que adquiere el alumno, para que oriente en términos de ética y estética ese conocimiento, para que los convierta en ciencia, tecnología y sabiduría concebidas para elevar la dignidad humana, para refinar su nobleza. Cuando una universidad formula honorablemente su misión y empeña a sus mejores hombres en el cometido de realizarla, los conocimientos que divulga enriquecen material y espiritualmente a la persona; cuando esta misión

es formulada de manera deshonrosa, pensando en cantidad de egresados más que en calidad de profesionales, pensando más en costos ahorrados y ganancias obtenidas que en estilos ciudadanos contruidos, tipos de civilización inducidos, disponibilidad de talentos promovidos... entonces viene la titulación en serie de gente mediocre que promueve la decadencia y la barbarie científica, filosófica y tecnológicamente sustentada. Para que el efecto cultural de la acción institucional no entre en conflicto con el proceso de dignificación de los pueblos, con el proceso de ecologización de la vida comunitaria, el poder de la organización educativa debe aglutinarse en una misión que promueva la influencia positiva de sus miembros en el entorno, utilizando su voluntad de trabajo y su impulso vital de tal manera que sirvan para crear bien y belleza. La misión de una gran universidad induce objetivos múltiples que se traza esa universidad, crea tareas múltiples, destinos variados en administrativos, estudiantes e investigadores.



Fuente: <http://www.eldiario24.com/nota.php?id=205855>

“Entre los múltiples objetivos de una organización puede hallarse tanto los objetivos oficiales (redactados para consumo público por un comité de expertos especialmente seleccionado, firmado por el presidente del consejo de administración y luego en mercados y colgados en la paredes de los despachos de los ejecutivos y en los pasillos) y los objetivos reales (aquéllos hacia los cuales la organización está dirigiendo realmente sus energía). Perrow describe los objetivos oficiales como los fines generales de la organización tal como se manifiestan en los informes anuales, en la escritura de constitución de la organi-

zación y otras declaraciones autorizadas; los objetivos de funcionamiento, por otra parte, son los que orientan las actividades de la organización, independientemente de lo que digan los objetivos oficiales”. (House y Bowdith, 1976. Pág. 171).

La misión es la matriz de que emergen los objetivos corporativos, de la cual surgen las políticas oficiales, donde se encuentran las estructuras reflexivas necesarias para reunir los propósitos organizacionales en categorías generales. Pero como “las organizaciones no tienen objetivos; son las personas quienes los tienen, y emanan de sus intenciones y motivaciones. Así, los llamados objetivos organizacionales son realmente compromisos inestables y cambiantes entre los individuos de la organización y las demandas que hace el entorno exterior”. (House y Bowdith, 1976. Pág. 171), y por eso se afirman House y Bowdith, citando a Katz, que “Toda acción estratégica debe encontrar el equilibrio entre tantos valores, objetivos y criterios contradictorios que nunca será óptima desde un solo punto de vista. Toda decisión que afecte a la totalidad de la empresa tendrá consecuencias negativas para alguna de las partes”. (House y Bowdith, 1976. Pág. 171).

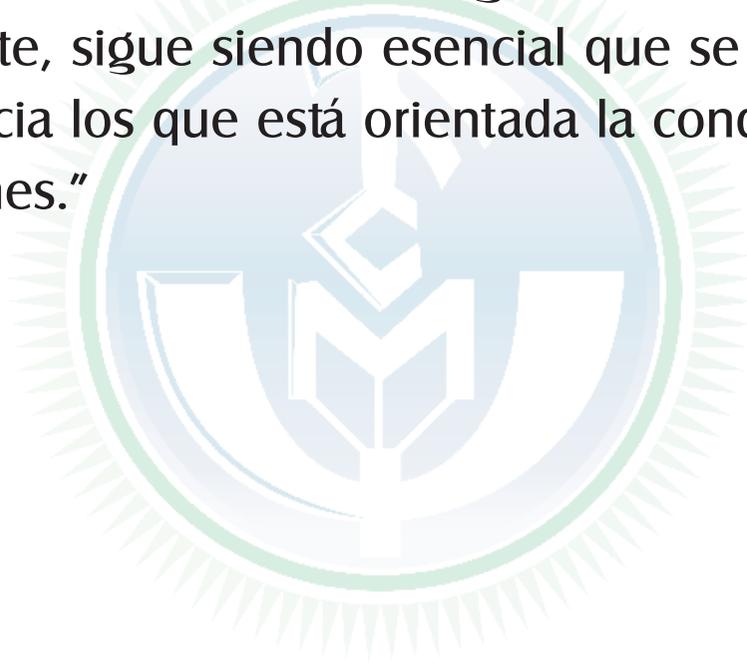
La variedad de la experiencia humana puesta en relación

en un contexto educativo especializado congrega múltiples sueños, deseos, proyectos vitales y todo género de visualizaciones del futuro que exigen negociar por vía reflexiva los objetivos corporativos en el orden de la misión, para que la diversidad traiga riqueza antes que caos, para que la diferencia enriquezca los procesos formativos y los propósitos corporativos. Por estos motivos la organización educativa no es ni más ni menos que un gran centro de discusión, un centro en el cual la diferencia crea múltiples argumentos que llevan el conflicto y el desencuentro al ámbito de la profundidad argumentativa y discursiva en el plano de la ciencia, la técnica y la sabiduría, donde se reemplaza el conflicto con el debate. Las demandas realizadas al medio corporativo por parte de los individuos, parten de objetivos vitales que se enfrentan a los objetivos institucionales en un proceso de contradicción mutua y mutua exclusión que sólo pueden ser reconciliados si la misión ofrece elementos de dignificación de la persona y la sociedad que resultan evidentes y necesarios, y que acaban por reconciliar a la persona con la corporación, porque “las organizaciones se establecen con el propósito de hacer algo; la labor que ejecutan está orientada hacia un fin determinado”. (Parrow, s/f. Pág. 191), pero este fin se alcanza con fundamento en el trabajo de grupos y subgrupos de personas.

Los objetivos de los sujetos convocados para integrar un medio corporativo pueden diferir de los objetivos de los subgrupos que esos individuos integran dentro de la organización y de las subestructuras organizacionales dentro de las cuales realizan sus funciones, y de los objetivos de la estructura organizacional en general, pero si la misión se constituye como argumento aglutinante de las voluntades personales y microgrupales, las circunstancias en que los objetivos de la organización y de las personas crean desencuentros, se convierten en circunstancias de crecimiento.

“Entre los muchos problemas asociados con el concepto de los objetivos de las organizaciones se cuentan los siguientes: 1) se puede aducir que, en términos escritos, las organizaciones no tienen objetivos; solo tiene los individuos. 2) es difícil observar y medir los objetivos; por ejemplo: ¿deberíamos concentrar nuestra atención sobre todos los miembros de la organización o sólo sobre los poderosos? ¿Se debería tomar al pie de la letra la declaración de objetivos de los funcionarios de máximo nivel o se debería hacer caso omiso de ella y dedicar nuestra atención solamente a lo que hacen en realidad? 3) ¿De qué manera se puede distinguir entre una meta y un medio? Es posible

que lo que algún observador llama objetivo, también sea posible que otro lo designe como el medio de alcanzar un objetivo distinto o más general. Así por ejemplo, es posible que las utilidades se consideren como un objetivo o bien como un medio para recompensar a los accionistas o de asegurar el desarrollo (los objetivos reales). Tanto esto como otros problemas han hecho del concepto de los objetivos uno de los más ambiguos de los de literatura y, no obstante, sigue siendo esencial que se definan los objetivos hacia los que está orientada la conducta de las organizaciones.”



CONCLUSIONES

UNIVERSIDAD Y DESTINO CULTURAL

La persona es un centro de conciencia en la que lo privado y lo público encuentran una solución de continuidad, es la unidad estructural de la convivencia social, es la mínima unidad funcional de las relaciones intersubjetivas en el plano de la cultura, es la depositaria del impulso vital que requieren las instituciones para generar productos culturales y resistir la presión de la historia manteniendo su vigencia espaciotemporal. Por esto, la función básica de las instituciones y de esos medios institucionales particulares, que se denominan organizaciones, es promover a la persona, pues promoviendo a la persona los medios institucionales se promueven a sí mismos, a la recreación de la cultura y la dinamización de las tradiciones culturales, a la modulación de los comportamientos grupales y a la regulación ideológica del contexto relacional humano. Las organizaciones de educación superior, como medios institucionales con una fuerte influencia ideológica y tecnológica, tienen la responsabilidad de garantizar la evolución de la persona y de ubicarla en otros medios organizacionales, en los cuales pueda crear resonancias históricas por medio de su discurso y su praxis. Al proporcionar diversas

experiencias educativas a la persona y divulgar por medio de ella unos fundamentos axiológicos, ideológicos y simbólicos, la universidad u organización de educación superior, tiene el poder de modular en una cultura la percepción del mundo que induce en los sujetos, de crear procesos de resignificación de las creencias, procesos de reordenación de las jerarquías estimativas, éticas y estéticas.

La universidad entra en las dinámicas culturales para comprender los ciclos en derredor de los cuales giran las dinámicas comportamentales del sujeto, para ofrecer metodologías que permitan desentrañar el sentido de los procesos relacionales durante el establecimiento de vínculos intersubjetivos, para buscar líneas de indagación epistemológicas que posibiliten el esclarecimiento del sentido que portan los conceptos que fundamentarán la relación de la persona con la realidad en términos de entendimiento, pues el hombre de las sociedades contemporáneas, desacralizadas y seculares todavía vive en un mundo ritual y ceremonial, pues en el rito y la ceremonia están las raíces del hombre, de las cuales éste no puede prescindir completamente.

“Desde el punto de vista sociológico, el grupo establece

ciertas normas de comportamiento y de relación, así como de jerarquías, símbolos de importancia de los miembros, ceremonias, ritos de intensificación de los lazos grupales o de iniciación; es decir, ciertas pruebas que deben pasar quienes aspiran a permanecer a ciertos grupos; como el caso de los profesionales quienes deben pasar por los cursos y los exámenes necesarios”. (Arias Galicia y Heredia Espinosa, 2006. Pág. 27).

Los seres humanos van creando pautas para la realización de ciertos actos, que se van volviendo repetitivas y consolidando los círculos de la costumbre. La motivación va alimentando la usanza social, va articulando sus componentes en un sistema causal, interpretativo y teleológico que involucra un sentido de responsabilidad muy concreto, facilita la instauración de un compromiso vital con los componentes del proceso de socialización e interacción en el plano social comunitario, con base en el cual, estudiar se convierte en un gran proyecto histórico, en un proyecto durante el cual la persona inicia la construcción de su trayectoria laboral y la posibilidad de convertir su trabajo en un proceso de consolidación de singularidad ideológica como componente importante para la validación ontológica del contexto más amplio de la cultura.

“No existe razón alguna para convertir el trabajo o el estudio en actividades tediosas o aburridas. Todo lo contrario: Es preciso verlo como una diversión (sin que esto signifique convertir el centro del trabajo en una feria o en un centro de espectáculo). Un reto para los líderes es transformarlo en una situación interesante y divertida, sin perder de vista la misión de la empresa u organización”. (Arias Galicia y Heredia Espinosa, 2006. Pág. 27).

Siendo el acto educativo un proyecto cultural, la construcción de una organización de educación superior implica claridad respecto de los objetivos corporativos, porque en ellos irán definidas las diferentes estrategias que se desplegarán para que las áreas de trabajo cumplan las metas fijadas a largo, mediano y corto plazo, haciendo que se hagan realidad las aspiraciones de las personas involucradas, haciendo que las aspiraciones individuales tengan un lugar en el devenir colectivo, que la institución vele por la realización de los sueños de las personas. La organización es una estructura compuesta por múltiples subestructuras, las cuales propician dinamismos particulares y generan vías de acción por medio de las cuales se realizarán ontológicamente las visiones de la voluntad gremial. “Una vez que la organización ha concebido su misión o perspectiva de negocios está lista para formular los planes

tácticos de las áreas funcionales o las diversas unidades, mismos que servirán de vehículo para convertir esta misión en realidad”. (Arias Galicia y Heredia Espinosa, 2006. Pág. 330). Para diseñar la misión de una empresa educativa hay que tener en cuenta los factores que permitirán que esta misión sea un poder corporativo, configurando un conjunto de descripciones sobre las políticas institucionales por medio de las cuales se operativizará la misión y se conferirá flexibilidad a los objetivos que podrán cambiarse o actualizarse con el tiempo, porque así como las personas cambian es importante saber que las políticas económicas y sociales también lo hacen a la par con ellas, máxime cuando se trata de políticas económicas y sociales en el contexto de la educación en el mundo globalizado de la posmodernidad.

“La misión organizacional expresa los objetivos fundamentales y las normas mediante las cuales opera, constituye la razón de ser de la organización. Debe ser redactada por los directivos y actualizarse continuamente, de acuerdo con las exigencias económicas, políticas y sociales del momento, además de las futuras, hasta donde sea posible”. (Arias Galicia y Heredia Espinosa, 2006. Pág. 330).

La construcción de una misión no es realizada por una

persona, sino que ésta constituye el aporte de las diferentes directivas que hacen parte de la organización, y estos directivos a su vez deben tener en cuenta, tanto el criterio propio como también las diferentes consideraciones que les permitirán una mejor claridad a la hora de construir esta misión, la cual podrá ser alcanzada concibiéndola como un gran proyecto histórico, como un gran proyecto de construcción del porvenir, como un sueño que involucra conglomerados humanos de diversas naturalezas. La misión de la organización de educación superior requiere de una filosofía que convoque a sus miembros; igualmente de una visión del mundo que reúna las voluntades de personas comprometidas en conferirle densidad ontológica; de un conjunto de productos culturales y servicios sociales que respalden los planes de acción corporativos y constituyan parte del fundamento institucional para la acción organizada; requiere de un concepto de hombre que permita saber la forma en que se influirá en el factor humano en el proceso de su formación; también de un conocimiento administrativo del conjunto de núcleos humanos que serán convocados para participar del proyecto histórico propuesto por la organización de educación superior particular; requiere de un conjunto de tecnologías apropiadas para la realización del proyecto pedagógico en un mundo globalizado y para la divulgación del co-

nocimiento construido; requiere de planteamientos que configuren una posición corporativa frente al dinero, pues sin una definición clara de este aspecto, la organización de educación superior no podrá ubicarse en términos de productividad frente al medio en el cual ha sido generada.

En el momento de establecer una misión en una organización de educación superior se deben definir los perfiles de desempeño requeridos, el tipo de personas que se desea educar y las obligaciones que deben adquirir esas personas para que se cumplan las metas. Es elemental saber que unas metas pueden cumplirse cabalmente si existen unos esquemas, unos modelos, unas estructuras relacionales elementales que facilitarán su consecución, sin que sea necesario desperdiciar nada de lo que el recurso humano puede ofrecer. La universidad es un centro de perfeccionamiento de la persona, es un lugar en el que se crea el futuro creando la ética, la estética y la tecnología que la persona y la institución han aprendido a ver como indispensables para crear una realidad más plenamente humana.

“El Diccionario de la Real Academia Española asigna al verbo desempeñar, entre otras opciones, la de cumplir las obligaciones inherentes a una profesión, cargo u oficio...

actuar, trabajar, dedicarse a una actividad satisfactoriamente. Así, por alto desempeño se entiende aquí la convicción y las acciones tendientes a lograr la misión, superando las normas y los estándares fijados así como las expectativas de los asociados, dentro de los valores establecidos, sin desperdicios y con la máxima repercusión positiva para la calidad de vida de las personas, los grupos y la sociedad en general". "Al alcanzar un alto desempeño, se propicia la competitividad de las empresas y las organizaciones, así como de las personas". (Arias Galicia y Heredia Espinosa, 2006. Pág. 133).

Durante el proceso de construcción del conocimiento, la misión organizacional de una universidad, fundación universitaria o empresa educativa de educación superior en general, aparece como un proceso de esclarecimiento, amplificación y significación de esa misión organizacional; aparece como un elemento de los dinamismos que generan una definición más amplia y profunda de esa misión, porque al confrontar el proceso de construcción de conocimiento con la misión corporativa en una institución educativa particular, se puede observar cómo esa institución enfrenta las pruebas con las que la desafía la historia, permite ver en ella la forma como se van desafiar a las diferentes pruebas que irá encontrando en

su devenir. Por eso es indispensable plantearse objetivos que permitan evaluarse en términos de rendimiento para verificar la calidad y eficacia del proceso de construcción de cultura universitaria en todos los sentidos posibles. “La misión constituye la razón de la existencia de la empresa u organización, así como de las personas. Alrededor de ella gravitan todos los demás elementos. Por tanto, el alto desempeño sólo puede evaluarse en relación con dicha misión”. (Arias Galicia y Heredia Espinosa, 2006. Pág. 133).

La misión corporativa permite entender la organización de educación superior como el emergente de un conjunto de causas, interpretaciones y finalidades que crean una situación de significado en un contexto cultural determinado. La misión es una herramienta discursiva que proporciona credibilidad a la acción organizacional, pues la ubica la organización en un contexto, le confiere una orientación en la historia, le permite caracterizarse y desplegar en el porvenir las justificaciones que le den un contexto a los sueños corporativos. Cuando se tiene una misión clara y noble, y hay un equipo de gente especializada trabajando en su realización, se le confiere significado, pertenencia y compromiso al estudiante, quien verá tanto en su vida como en su alma máter un piso conceptual, valorativo y representacional en el cual basarse, para crear principios

de entendimiento para lo que está haciendo y para los sueños que pretende realizar, al encausar en ellos la fuerza de su impulso vital.

La resonancia que crea la misión de la organización de educación superior en la vida del estudiante, es que promueve un sentido particular para interpretar los hechos de su existencia; es que aporta una orientación en sus decisiones; es que confiere un poder de realización a los emergentes de la imaginación; es que da un principio de identidad institucional que se refleja en la personalidad de los individuos que en ella se forman; es que se crean principios que un grupo de personas, una subestructura social, están dispuestos a difundir porque creen ellos.

“Por ende, debe establecerse una declaración de principios respecto del pensamiento permeador de las acciones dentro de la empresa u organización. Cada entidad existe por alguna razón, no es fruto del azar o de la casualidad. Por el contrario, existe y persiste para cumplir una misión. La misión justifica y legitima la existencia de la misma institución o de una persona (recuérdese una característica humana: dar sentido y significado a la propia vida). Así pues, un paso preliminar para el funcionamiento de la empresa consiste en manifestar claramente y en

forma por demás explícita dicho cometido. Por tanto, las acciones tendrán calidad y serán competitivas si van de conformidad con esa misión. Todo lo demás será superfluo o contradictorio. La misión debe, además, ser difundida entre todos los miembros de la empresa y las personas y entidades que estén relacionadas con ella". "Igualmente, cada departamento o unidad (e incluso cada puesto o cada trabajo) dentro de la empresa u organización deberá contar con su misión respectiva" (Arias Galicia y Heredia Espinosa, 2006. Pág. 133-134).

La filosofía que contiene la misión organizacional formulada en el contexto de una organización de educación superior, es más que un conjunto de palabras, es un conjunto de contenidos que orientará en buena medida las opciones vitales que tomen un conjunto de personas durante su quehacer académico y profesional. Por eso, cuando hablamos de filosofía corporativa, hablamos de un horizonte de acción social, de una orientación para la consecución de un conjunto de metas que promueven la realización de los talentos y las potencialidades de un grupo de personas. Así, una buena misión organizacional planteada en contextos de educación superior es una ruta evolutiva que sigue una cultura en determinado momento, una ruta evolutiva institucional, pero también es una ruta evolutiva que

sigue la persona, una ruta evolutiva que es al mismo tiempo un principio de orientación existencial.

“La filosofía constituye la serie de creencias, suposiciones y manera de visualizar la vida y los problemas y oportunidades inherentes, así como los valores y la propia misión; es, estrictamente hablando, una manera de dar sentido y significado a las acciones individuales y colectivas así como a la trayectoria vital. Por ende, cada persona y cada empresa u organización constituye su propio sistema de pensamiento fundamentador de sus decisiones y acciones. La filosofía es un componente fundamental de la cultura.” (Arias Galicia y Heredia Espinosa, 2006. Pág. 64).

La filosofía corporativa de una universidad requiere visualizar a los profesionales formados en ese medio como seres de autonomía, como seres capaces de pensar por sí mismos, más allá del pensamiento foráneo, más allá de cómo piensan los otros, más allá de comportamientos imitativos. La autenticidad corporativa se configura en el plano de la creatividad, y la creatividad emerge de subjetividades fuertes, pues una universidad que no contemple la generación de pensadores autónomos, la construcción de individuos de criterio, puede fracasar al asumir modelos imitativos en el plano del pensamiento, la tecnología,

la representación social, etc., dado que una actitud imitativa genera en los medios institucionales un principio de desestructura, que vuelve la misión variable, la acción colectiva insustancial y vuelve infértil el poder de influencia corporativo en el contexto social e histórico más amplio.

“Quizás la peor tragedia del ser humano (y por tanto de las empresas y las diferentes organizaciones) sea carecer de una filosofía explícita, coherente y relativamente permanente, pues entonces la persona y la empresa u organizaciones se moverán de acuerdo con la dirección momentánea del viento, para introducir una metáfora. Otra tragedia está constituida por el divorcio entre las acciones y la filosofía, o sea, predicar algo pero actuar en otro sentido”. “Por lo anterior, Jaspers (1953) escribió: El pensar filosófico tiene que ser original en todo momento. Tiene que llevarlo a cabo cada uno por si mismo...” (Arias Galicia y Heredia Espinosa, 2006. Pág. 64)

Tanto organizaciones como personas son centros de libertad. La organización desde el ámbito administrativo y la persona desde el ámbito de la voluntad tienen la capacidad de hacer lo que sus deseos les dictan, pero encontrar el sentido de la vida tanto en el ámbito corporativo como en el ámbito personal es otra historia... porque a pesar de

que se puedan construir proyectos de vida y planes de estudio, la existencia puede ser concebida como una cosa vana, como un campo vacío en el cual el futuro no registra. Encontrar razón y justificación a la existencia de una organización de educación superior implica que los administradores educativos estén cuestionando permanentemente la misión corporativa, que se pregunten las formas en que las personas dan sentido y significado al hecho de pertenecer a una institución particular. Si la respuesta a la pregunta por el sentido de existencia corporativo no emerge, es posible que la institución educativa esté deambulando por los rincones de la historia sin cumplir ninguna función sustancial para la evolución de la sociedad y la estructuración de las personas. Quienes formulan la misión en una organización de educación superior conjugan la diversidad de su pensamiento para configurar un sistema de reflexión crítica sobre la acción corporativa; para proponer proyectos de vida coherentes con la actividad corporativa, proyectos de vida que posibiliten la conformación de un sistema de acción colectiva según el cual cada persona pueda poner su granito de arena en la construcción y realización de dicha misión. “La misión de una empresa, organización, departamento, trabajo o persona está dada por su razón de ser en la vida. Constituye una justificación o legitimación de dicha existencia”.

(Arias Galicia y Heredia Espinosa, 2006. Pág. 64).

La misión organizacional de una institución de educación superior es el producto de una tradición de pensamiento, en la cual se resumen las aspiraciones de una sociedad, las visiones de un grupo humano, los deseos de un conjunto de sujetos, pero la característica básica de este conjunto de pensamientos es que sirven para orientar la acción y para crear condiciones existenciales que posibilitan la configuración de algunos determinismos en la persona y su contexto, pues la misión de una organización de este tipo es amplia y profunda en términos históricos. “La filosofía, en última instancia, se manifiesta por el comportamiento y no por el discurso”. (Arias Galicia y Heredia Espinosa, 2006. Pág. 66). Es en la acción orientada por pensamientos estratégicos y congruentes donde las normativas institucionales empiezan a configurar reglas que limitan la posibilidad de que las dificultades conviertan las situaciones cotidianas en conflictos comunitarios. Las reglas sirven para regular la convivencia humana, convierten las relaciones corporativas en un sistema espaciotemporal organizado, pero la matriz de la cual emergen estas reglas es la misión, pues en ella hay una condensación del sentido, una condensación de las grandes búsquedas humanas que representa la acción corporativa.

“Reviste capital importancia para todo ser humano, así como para toda la empresa u organización, establecer en forma explícita su pensamiento respecto a los diversos ámbitos de su vida, así como los valores anexos y la jerarquización de tales esferas. Resulta de igual trascendencia la comparación constante entre la acción y dicho sistema filosófico. De esta manera, su trayectoria vital será más expedita y con menores penalidades. Igualmente, las personas que le rodean (o laboran en ella si se trata de empresas u organizaciones) tendrán mayor certidumbre respecto de su comportamiento, y la comunicación con otras personas será mejor. Desde luego, resulta deseable encontrar congruencia entre las posturas filosóficas sostenidas ante los diversos campos vitales, proveedores, acreedores, propietarios, trabajadores, etc. dentro de las empresas u organizaciones. De otra manera, se corre el riesgo de mostrar comportamientos incoherentes entre los diversos ámbitos de la vida, lo cual acarrearía un sinnúmero de frustraciones y, finalmente, se convertirán en fuentes de desavenencias, conflictos y dificultades” (Arias Galicia y Heredia Espinosa, 2006. Pág. 66, 67).

El orden corporativo fundamentado en una misión amplia y profunda puede convertir los sueños en ambiciones en

las que se enganche el impulso vital de las personas; en cauces que orienten la energía de los sujetos hacia realizaciones más amplias y precisas, más productivas en términos de que los indicadores de logro permitan crear circunstancias ontológicamente más densas. La misión puede constituir un enunciado en el que se resuma de manera clara un gran sueño cultural, institucional y personal; puede constituir una manera de reflexionar para que una organización de educación superior convoque un conjunto de voluntades en el proceso de crear el porvenir. Formular una misión en el contexto de la educación especializada y avanzada que plantean los medios organizacionales sobre los cuales discurrimos, es programar formas de aprendizaje en las cuales la experiencia se vaya volviendo más compleja y pase de las personas a la cultura como un conjunto axiológico, ideológico y simbólico que dinamicen la evolución social. Una misión es un instrumento para hacer realidad los sueños, pero no es un sueño, es un fundamento para la acción, un instrumento para la vida que posibilita la consecución de los objetivos, que aclara los planteamientos corporativos... la misión es un principio ordenador de las competencias personales, un principio que articula las voluntades colectivas en un sistema de acción corporativo.

“Las competencias se entienden como el conjunto de co-

nocimientos, habilidades, experiencias, actitudes y valores necesarios para alcanzar un alto desempeño. En otras palabras, puede hablarse de una competitividad interna, en el sentido de adquirir más conocimientos, destrezas, experiencias, logros, etc. Es decir, fijarse metas cada vez más ambiciosas y cumplirlas, con una filosofía de mejoramiento continuo y permanente. Se convierte, entonces, en una competición consigo mismo. Lo anterior se aplica tanto a personas como a empresas u organizaciones. Estas últimas pueden situarse en un estado de permanente aprendizaje, de análisis de fallas, errores, quejas, etc., considerándolos como fuentes de aprendizaje. Desde luego, este proceso no se presenta en forma espontánea sino que es necesario establecer sistemas organizacionales al respecto. Tampoco es suficiente con declararlo si no es necesario llevarlo a práctica de manera cotidiana. De la misma manera, es necesario apoyar el desarrollo de las personas para cumplir cabalmente con la competitividad, tanto interna como externa” (Arias Galicia y Heredia Espinosa, 2006. Pág. 68).

Para las organizaciones de educación superior, el logro de los objetivos planteados exige la creación de situaciones que permitan el desenvolvimiento eficaz del recurso humano durante la creación y resolución de los procesos;

exige el enfrentamiento de los escollos metodológicos, epistemológicos y técnicos que plantea la creación de conocimientos especializados que van surgiendo a medida que la misión corporativa se va articulando con la evolución cultural. La organización de educación superior convierte a sus empleados, egresados y estudiantes en elementos de la evolución, en instrumentos del desarrollo sociohistórico gracias a los cuales se genera un ambiente de solidaridad conceptual, imaginativa y cosmovisiva que lleva los anhelos de las personas al plano de las realizaciones históricas.

“Sólo con la colaboración pueden alcanzarse los objetivos fijados dentro de las empresas y organizaciones para cumplir paulatinamente con su misión. Sin la colaboración (comunicación, coordinación, cooperación, etc.) no sería posible el funcionamiento de dichos organismos. Sin embargo, tampoco surge por generaciones espontánea, es necesario cultivarla y proporcionarla. Por tanto, es necesario capacitar a las personas para la colaboración, tanto interna como externa. La primera debe darse entre los diversos puestos, departamentos, divisiones, etc. Es preciso considerarlos, no como clientes internos, sino como socios, o sea, como personas o entidades que persiguen la misma misión, aun cuando cumplan tareas o funciones

diferentes". (Arias Galicia y Heredia Espinosa, 2006. Pág. 69).

Una persona se educa para construir un conjunto de principios reflexivamente consolidados que fundamenten sus decisiones y ubiquen su libertad en el centro de su mundo axiológico, que le den un sentido causal y teleológico a sus actos, que conviertan sus acciones en resultantes de una filosofía de vida adaptable a la cultura y a la organización de la cual deriva el sustento. La filosofía de vida que puede llegar a construir una persona adquiere profundidad y relevancia, permanencia y amplitud, cuando una organización de educación superior ha servido de filtro a los contenidos discursivos de esa filosofía. También cada profesión es depositaria de unos principios filosóficos que permean las filosofías de los profesionales formados en un campo disciplinar específico. La filosofía de vida de una persona es el resultado de una decisión personal enriquecida por un conjunto de medios institucionales, por un campo disciplinar o un conjunto de oficios desempeñados (según el caso de cada persona particular, pero sobre todo una filosofía de vida es el contenido que le da la persona a sus valores. Son los argumentos con que una persona sustenta sus valores, explica la eficacia de ciertos símbolos que dominan su existencia y argumenta

las ideas que defiende y configuran las representaciones existenciales fundamentales de su existencia. Una filosofía de vida es una determinante de las relaciones intersubjetivas de la persona, es un conjunto de circunstancias que posibilitan la intersubjetividad, y en las sociedades del conocimiento, donde la gran lucha de las personas es por diversificar y afianzar su conocimiento, las organizaciones de educación superior tienen la gran misión de modular la filosofía de vida, y esto en gran medida se logra a través de los procesos de influencia que la misión corporativa ejerce en la persona que acude a formarse en dichas organizaciones, pues así se ve modulada también su relación con la otredad. La filosofía es un principio rector del comportamiento, es aquello por lo cual la persona es capaz de pasar penalidades, y se sabe cómo la universidad ha consolidado filosofías por las que muchas personas se han arriesgado hasta en la guerra. Los directivos de la organización de educación superior convierten la misión en una herramienta que haga de la filosofía de las personas un germen de competitividad por medio de la utilización de los talentos personales. "Los directivos resultan facilitadores del alto desempeño con mira a la competitividad, la productividad y la calidad de vida mediante el florecimiento de todas las facultades humanas". (Arias Galicia y Heredia Espinosa, 2006. Pág. 79).

La misión permite definir el porqué de la existencia de una organización, permite dirigir a la organización a la consecución de los diferentes fines que se proponen los directivos; al igual, ayuda a tener un horizonte y una mejor visión de lo que se tiene y de lo que se necesita para conseguir los objetivos corporativos de la organización de educación superior. Esto permite que la organización conserve su panorama y tenga claro el horizonte de acción histórica en el que realiza su acción cultural.

“Toda organización tiene alguna finalidad, alguna noción del porqué de su existencia y de lo que va a realizar; por consiguiente, deben definirse la misión, los objetivos y el ambiente interno que necesitan los participantes, de los que depende para alcanzar sus fines. Si no tiene una noción de cuál es su misión y hacia dónde se dirige, corre el riesgo de ir a la deriva y serán las condiciones del momento las que determinen qué deberá hacer. Estará obligada a aceptar lo que los otros decidan y no lo ella determina”. (Chiavenato, 1999. Pág. 30).

En el planteamiento de la misión, la institución educativa señala un conjunto de puntos a los cuales se dirige la acción corporativa, un conjunto de situaciones en las cuales

es invertida la energía de las personas y los recursos de la sociedad, pues si la institución de educación superior tiene como finalidad la construcción de personas que intervengan con sus conocimientos en la construcción de la sociedad, entonces es una orientadora de los talentos, de las potencialidades y del impulso autorrealizador del ser humano. La misión de una organización de educación superior es un dispositivo de regulación del progreso cultural, configura un conjunto de metas colectivas que ponen de relieve los significados fundamentales que darán un contenido a las acciones tanto personales como grupales, es un principio para la actividad organizada y de la acción culturalmente legitimada. Organización educativa y persona comparten una condición común: Ambas necesitan de una razón de ser; un sentido del porvenir; unos objetivos que orienten la visión del mundo; un camino existencial que sirva de cauce a los esfuerzos humanos y al impulso vital; una conciencia crítica que permita evaluar los procesos de evolución existencial en términos de calidad, rendimiento y eficacia de la acción histórica.

“Las empresas son unidades sociales que persiguen objetivos específicos: Su razón de ser es servir a esos objetivos. Para una organización, un objetivo es una situación deseada que debe alcanzarse. Vistos así, los objetivos empresa-

riales tienen muchas funciones: a) Dado que se refieren a una situación futura, señalan la orientación que la empresa debe seguir y establecer directrices para actividad de los participantes. b) Constituyen una fuente de legitimidad que justifica las acciones de una empresa, incluida su existencia. c) Sirven como estándar para que las personas que pertenecen a la organización, así como las que no pertenecen a ella, puedan comparar y evaluar el éxito de la organización, es decir su eficiencia y rendimiento. d) Sirven como unidad de medida para verificar y comparar la productividad de la empresa, de sus organismos e incluso de sus miembros”. (Chiavenato, 1999. Pág. 31).

Los objetivos organizacionales tienen una estrecha relación con la misión corporativa, pues expresan las situaciones culturales, históricas e institucionales que los administradores consideran deseables, y así mismo sirven de fundamento para crear estrategias de acción y para dotar de densidad ontológica esas situaciones que aún aparecen como buenos propósitos. La misión se despliega en términos de sentido a través de los objetivos corporativos, y gracias a esta matriz discursiva, la organización de educación superior puede guiar la generación de conocimiento según los bienes requeridos por el contexto social, puede guiar la generación de conocimientos según los empleos

que demande un contexto cultural, según los recursos históricos y geográficos que envuelvan a una cultura.

“Los objetivos naturales de una empresa son: a) Satisfacer las necesidades de bienes y servicios de la sociedad. b) Proporcionar empleo productivo para todos los factores de producción. c) Aumentar el bienestar de la sociedad mediante el uso racional de los recursos. d) Proporcionar un retorno justo a los actores de entrada. e) Crear un ambiente en que las personas puedan satisfacer sus necesidades humanas básicas”. (Chiavenato, 1999. pág. 31).

Si la organización de educación superior tiene sus objetivos bien establecidos, se facilita la orientación de sus fuerzas hacia la consecución de las metas, hacia el establecimiento de una buena relación con el ambiente humano circundante, porque la administración de toda organización debe saber que cuando sale al mercado educativo requiere satisfacer las necesidades de las diferentes personas que se constituyen como sus clientes, así como las aspiraciones que tienen los docentes, académicos, investigadores y personal administrativo a nivel interno. Los objetivos de la organización de educación superior están sujetos a los cambios que propicia el tiempo en los grupos humanos, están sujetos a las modificaciones que sufren

las relaciones humanas en un mundo humano fluctuante; por esta razón es necesario que los objetivos de una organización dedicada a la educación se tengan que estudiar y reinterpretar permanentemente, para así hacer los cambios que se quieran en el momento. Los objetivos de un medio corporativo no son algo que la institución posea, no son algo fácil de estudiar, no son algo con un significado fijo en los diferentes momentos históricos de una comunidad; son una construcción colectiva, el producto de un diálogo entre los directivos y los estudiantes y académicos, constituyen un objeto de conocimiento de carácter historicocrítico que arroja significados diversos según el contexto histórico en el que se ubique quien los estudie.

“Las empresas pueden estudiarse desde las perspectivas de sus objetivos, puesto que éstos establecen la base de las relaciones entre la empresa y el ambiente. La empresa no tiene únicamente un objetivo, ya que debe satisfacer varios requisitos y exigencias que le imponen tanto el ambiente externo como sus miembros. Los objetivos son dinámicos y están en continua evolución, modificando las relaciones (externas) de la empresa con el ambiente o el entorno con sus miembros (internas), y son evaluados y modificados constantemente en función de los cambios del entorno y la organización interna de los miembros”.

“Estudiar los objetivos empresariales se dificulta un poco debido a los siguientes aspectos: a) Cuando se alcanza un objetivo, deja de ser algo deseado y se convierte en una situación concreta. Un objetivo es algo que se busca, no algo que se posee. b) Muchas empresas tienen legítimamente, dos o más objetivos simultáneos. Algunas añaden nuevos objetivos a los planteados al principio. c) Casi todas las empresas poseen un órgano formal -un departamento, por ejemplo- que determina los objetivos iniciales y realiza las modificaciones posteriores. En algunas empresas los objetivos se establecen mediante el voto de los accionistas; en otras, mediante el voto de los miembros; o por medio de un consejo deliberativo o los define el dueño y el director de la empresa. d) Si se presentan objetivos para los cuales no se creó la empresa o para los que no existen recursos adecuados o suficientes, éstos pueden modificarse o sustituirse” (Chiavenato, 1999. pág. 31-32).

Pero las organizaciones de educación superior no son sólo instituciones con la función cultural de generar conocimiento; en nuestros tiempos tienen como uno de sus principales objetivos generar una rentabilidad que le permita sobrevivir como empresa en el medio donde realiza su misión y cumple sus objetivos, pero esto solamente se logra cuando la organización de educación superior aprende a

utilizar los recursos que le brinda el medio y con éstos alcanza las metas que se propone. Un tipo de recursos que le interesan a la organización superior en este proceso de generar conocimiento y riqueza es el recurso humano, porque para una organización de este tipo es importante que sus miembros actúen de una forma tan racional como emotiva, induciendo en las personas que trabajan en ella un compromiso consciente en el proceso de llegar a la consecución de los objetivos planteados a nivel corporativo, para que por medio de la consecución de éstos, los individuos puedan conseguir los objetivos personales, puedan alcanzar sus aspiraciones íntimas. Esta correspondencia entre objetivos personales y colectivos se alcanza por medio de un sistema de reglas corporativamente planteado, con el que los sujetos se puedan identificar como singularidades específicas que participan de un devenir colectivo. Las reglas constituyen un sistema de regulación relacional que une lo personal y lo comunitario en un ambiente ético y estético particular.

“La racionalidad implica adecuar los medios utilizados a los fines y objetivos que se desean alcanzar. En el contexto de la teoría de la burocracia, esto significa eficiencia: Una organización es racional si se escogen los medios más eficientes para lograr los objetivos deseados, aunque sólo

se tienen en cuenta los objetivos organizacionales y no los individuales. Sin embargo, el hecho de que una organización sea racional, no implica necesariamente que sus miembros actúen de manera racional en lo que se refiere a sus aspiraciones y objetivos personales. Por el contrario, cuanto más racional y burocrática se vuelva la organización más automáticamente trabajarán sus miembros, que actuarán como simples engranajes de una máquina y se olvidarán del propósito y significado de su comportamiento. La racionalidad se logra mediante normas y reglamentos que rijan el comportamiento de los participantes en la búsqueda de la eficiencia”. (Chiavenato, 1999. Pág. 33).

La misión es el planteamiento inicial en el proceso de construcción de metas y sistemas de acción claros generados para regular la incidencia corporativa de cada empleado y cada estudiante cuando la organización de educación superior aparece como una empresa en el sistema representacional de una cultura. Este sistema de regulación permite que las organizaciones accedan al mundo de las ganancias, de la generación de riqueza, y asuman éstas como un poder para generar nuevos saberes, para refinar la misión y posibilitar que ésta se convierta en un instrumento para que la organización de educación superior logre captar la ubicación que posee en el entramado de

significados culturales, para que esta organización trace una orientación que le permita aclarar la dimensión teleológica de las metas planteadas, más allá de la dimensión discursiva de estas mismas metas. Si una organización no tiene una dirección corporativa trazada claramente en el plano social y en el contexto espaciotemporal de la historia cultural, no tendrá una posición corporativa autónoma frente a los conocimientos que genera, frente a la riqueza que mana de su acción cultural, frente a las trayectorias laborales que trazan sus egresados como resonancias de la filosofía corporativa.

“Un sentido de misión tiene dos influencias principales sobre el funcionamiento de una organización. Primero, la misión da propósito y sentido, así como también una gran cantidad de razones no económicas, por las cuales el trabajo de una organización es importante; segundo, un sentido de misión ofrece dirección y metas claras que sirven para definir el curso apropiado de acción para la organización y sus miembros. Ambos factores provienen y sirven de apoyo a valores claves de la organización”. (Denison, 1991. Pág. 12).

Cuando la misión se convierte en un discurso que atraviesa la acción corporativa y las relaciones interpersonales

en la organización educativa, se convierte en un elemento simbólico que aporta eficacia y sentido a la acción cultural y productiva de la corporación. Una organización de educación superior encuentra el sentido de su existencia corporativa al comprometer a sus integrantes en una meta común, que al ser cumplida, marca el rumbo y la dirección al impulso vital del recurso humano que en ella labora y que en ella se forma; este tipo de organización requiere saber hacia dónde se dirige como inteligencia colectiva y hacia qué lugar de significado están dirigidos los esfuerzos del personal, en qué lapsos espaciotemporales es sensato pedir resultados sobre los procesos emprendidos y qué formas de sincronía y diacronía se requieren para que esta inteligencia colectiva sea resultado de la coordinación entre las inteligencias particulares.

“Una misión proporciona sentido y propósito, definiendo una función social y metas externas para una institución y definiendo funciones individuales con respecto a la función institucional. A través de este proceso al comportamiento se le da un significado intrínseco o incluso espiritual, que va más allá de papeles burocráticos funcionalmente definidos. Este proceso de interiorización e identificación contribuye a un compromiso a corto y largo plazo y conduce a un rendimiento efectivo”. “La segunda influencia impor-

tante que la misión tiene sobre una organización consiste en ofrecer claridad y dirección. A un nivel individual, hay una evidencia convincente de que el éxito es más probable cuando los individuos están orientados hacia la meta". "El impacto a nivel organizacional parece surgir de la coordinación que resulta al definir una meta común, así como tener también la definición de criterios objetivos externos. Ambos factores parecían tener un efecto positivo sobre el rendimiento". (Denison, 1991. Pág. 12,13).

Los objetivos corporativos le permiten a la administración de un sistema organizacional elevar la mirada más allá del presente inmediato y crear una visión del futuro. Regida por los anhelos de la persona, la organización se convierte en un instrumento para realizar esos anhelos, pues los objetivos corporativos son formulaciones humanas, expresiones del sentir de un ser humano que proyecta en sus actos el espíritu de su cultura, y entiéndase por espíritu la axiología, la ideología y la simbología que caracterizan a un grupo humano. En una organización de educación superior los objetivos corporativos también son dinamizados por los anhelos humanos, pues en estas organizaciones la persona modela y moldea su entendimiento, reforma los principios que la tradición selló en su mente. La misión, la visión y los objetivos organizacionales configuran tres

de los elementos que orientan a la organización hacia el futuro, que le dan a la organización de educación superior un sentido del porvenir y una noción de las capacidades que se tienen para transformar el porvenir. La misión es el instrumento por medio del cual las personas que integran la planta administrativa construyen instrumentos para que el pensamiento moldee el porvenir; para que el pensamiento diseñe modelos comportamentales, pautas estimativas e interpretativas, creando así las condiciones para que el futuro se realice según los planes establecidos. La misión es un discurso que cruza a la institución educativa, que resume para sus integrantes el conjunto de las metas institucionales, que permite regular el comportamiento mediante principios filosóficos. Al tener una componente filosófica, la misión se convierte, más que en un enunciado, en una base de formación corporativa, en un fundamento de los procesos educativos que la organización plantea para sus estudiantes, investigadores, académicos y administradores en general. Sólo mediante un proceso de aculturación institucional las personas llegan a convertir la misión institucional en un compromiso histórico y en una herramienta de productividad, en un discurso que genera eficacia simbólica y ecología humana. Una misión es un discurso que se constituye como símbolo, que confiere eficacia a la acción humana, y por eso una misión noble y

bien asimilada por los integrantes de esa institución, propicia un clima laboral digno y un sentido de pertenencia profundo en las personas. La misión organizacional crea un sentido de participación en un proyecto histórico, por medio de la realización de unas tareas particulares; crea un sentido de consistencia institucional, al ubicar a la organización de educación superior en un contexto social dentro del cual puede orientarse como conjunto de voluntades solidarizadas en el proceso de construir el porvenir, diseñar el futuro y enfrentar el destino. La misión es un discurso que le permite a un conjunto de personas adaptarse al mundo de una manera determinada, al utilizar a la organización como mediadora entre ellos y la realidad. Por todo lo anterior, la organización no sólo es un centro de aculturación sino también un centro de fortalecimiento de la subjetividad, un centro de consolidación de la autonomía de las personas, para que esas personas tengan la confianza de realizar sus aportes a la construcción del medio corporativo en el que realizan sus existencias. El hecho de que las personas sientan que participan en la construcción de la organización en la cual trabajan y se educan, es un principio de motivación fundamental, es un indicativo de estabilización, es una garantía de adaptabilidad corporativa a la cultura.

“Participación y adaptabilidad forman un par, que destaca la capacidad de la organización para la flexibilidad y el cambio. Consistencia y misión, por el contrario, se orientan hacia la estabilidad. Un sistema orientado hacia la adaptabilidad y participación introducirá más variedad, más insumo y soluciones más posibles para una situación dada, que un sistema orientado hacia un alto nivel de consistencia y un gran sentido de la misión. Por el contrario, una inclinación hacia consistencia y misión tiene más probabilidad de reducir la variedad y dar más relieve al control y a la estabilidad. Como lo han observado los teóricos de las contingencias, esta orientación hacia control y estabilidad probablemente sirve mejor cuando una organización ha establecido un conjunto limitado pero apropiado de respuestas que se ajustará bien a un ambiente estable” .(Denison, 1991. Pág. 13,14).

La cultura organizacional es un ambiente institucional, que al ser regulado por una misión corporativa que sirve de modelo ejemplar para la creación y realización de tareas particulares, adquiere una ubicación cultural determinada, una orientación histórica particular y crea unos conocimientos sociales particulares. “Una cultura que al mismo tiempo sea adaptable, pero altamente consistente o sensible a la participación individual, pero dentro del contexto de una

misión muy compartida, será más efectiva. Así pues, la reconciliación de exigencia en conflicto es la esencia de una cultura organizacional efectiva”. (Denison, 1991. Pág. 14). Ser consistente le permite a la organización conservar su unidad frente a la presión de la historia, ser adaptable le permite entrar en la historia y transformarse en el proceso. La organización de educación superior es, así, un organismo subjetivo que se nutre de la energía vital de las personas que la integran para configurarse como un instrumento del que se sirven esas personas para engendrar el mundo con el que están soñando. “El sistema normativo de una organización –su sistema de valores y procedimientos gerenciales– puede ser uno de los activos más importantes de una organización o de sus pasivos más destructivos”. (Denison, 1991. Pág. 15), pues las normas, como vimos, configuran un sistema de regulación interno emanado del discurso misional.

BIBLIOGRAFÍA

ANGULO NOVOA, Alejandro. Ética, solidaridad, ecología: de la posibilidad a la probabilidad del desarrollo. Cinep. Bogotá, 1994.

ARIAS GALICIA, L. Fernando. HEREDIA ESPINOSA, Víctor. Administración de recursos humanos para el alto desempeño. Editorial Trillas. México, 2006

BAZZI, Tulio y FIZZOTTI, Eugenio, Guía de la logoterapia. Editorial Herder, Barcelona, 1989.

CARMONA, Fernando. Gestión del recurso humano en la empresa. Ed. Tecnopress. Bogotá, 2004.

CERTO, Samuel C. Administración moderna. Ed. Pearson Educación de Colombia Ltda. Bogotá, 2001.

COLOMBIA. CONGRESO. Ley 30 de 1992, diciembre 28, por el cual se organiza el servicio público de la Educación Superior. Bogotá: Ministerio de Educación Nacional, 1992.

COLOMBIA. EL PUEBLO DE COLOMBIA. Constitución Política de Colombia. Bogotá. Señal Editora, 1997.

CHIAVENATO, Adalberto. Administración de recursos humanos. Ed. Mc Graw Hill, México D. F. 1994.

CHIAVENATO, Idalberto. Administración de recursos humanos, Mc Graw Hill Interamericana S. A. Santafé de Bogotá, 1999.

DAVIS, Keith; NEWATROM, John W. Comportamiento humano en el trabajo. Ed. Mc Graw Hill. México D. F. 1999.

DENINSON, Daniel. R. Cultura corporativa y productividad organizacional. Legis Editores S. A. Bogotá, 1991.

DUBRIN, Andrew J. Fundamentos de administración. Ed. Internacional - Thomson Editores, México D. F., 2000.
Diccionario Océano de sinónimos y antónimos. Océano. 2006. Barcelona.

ESTRADA JIMÉNEZ, Juan Manuel. La familia y el cosmos, Editorial Lealón. Medellín, 2007.

----- ----- . El razonamiento clínico planteado en términos de mentalidad mítica, Tesis de Maestría U. S. B. Medellín, 2008. (Inédito).

----- ----- . La globalización y su impacto en la cultura y valores organizacionales. Fundación Universitaria María Cano. Medellín, 2008.

----- ----- . El poder del conocimiento en el mundo de las organizaciones.

Fundación Universitaria María Cano, 2011.

----- ----- . Informe investigativo del Observatorio Laboral para la educación del Ministerio Nacional de Educación de Colombia. Fundación Universitaria María Cano, 2008 – inédito.

----- ----- . Las estructuras organizacionales y la construcción de la historia. Fundación Universitaria María Cano, 2011.

FRANKL, Viktor E. Psicoanálisis y existencialismo, Fondo de Cultura Económica. México, segunda edición en español de la octava en alemán. 1978.

----- ----- . Logoterapia y análisis existencial, Barcelona. Editorial Herder, 1990.

----- ----- . Ante el vacío existencial. Barcelona, Editorial Herder, 1982.

----- ----- . El hombre en busca de sentido, Editorial Herder. Barcelona, 1988.

----- ----- . La voluntad de sentido, Barcelona, Editorial Herder, 1988.

FLÓREZ, Diego C., [sitio en internet]. Disponible en: <http://www.funlam.edu.co/poiesis/Edicion011/poiesis11.contenido.html> [Consulta: 28 de noviembre de 2007).

GARCÍA PRÓSPER, Beatriz; SONGEL GONZÁLEZ, Gabriel. Factores de innovación para el diseño de nuevos productos en el sector juguetero. Universidad Politécnica de Valencia. Departamento de Dibujo Publicado por Ed. Univ. Politéc. Valencia, 2003 <http://books.google.com.co/books?id=wt2Zrz3A4UgC&printsec=frontcover&dq=Factores+de+innovaci%C3%B3n+para+el+dise%>

GARCÍA ECHAVARRÍA, Santiago. Introducción a la economía de la empresa. Ed. Díaz de Santos, 1994. Pág. 202. books.google.com.co/books?id=Lo10xtQ3D0kC&printsec=frontcover&dq=Introducci%C3%B3n+a+la+econom%C3%ADa+de+la+empresa.&sig=ACfU3U3JPP6OAn1_rNFKvZcgi-2VBivOP9A

GARZA TREVIÑO, Juan Gerardo. Administración contemporánea. Ed. Mc Graw Hill. México D. F. 2000.

GARCÍA FUSTER, Enrique. El Apoyo social en la interven-

ción comunitaria. España (Barcelona) 1ª edición. 1997. Paidós p. 19 - 43

GIBSON, James L. Las organizaciones comportamiento-estructura, proceso. Mosby Doyma Libro, S. A. Madrid España, 1999

GONZÁLEZ REY, Fernando. Sujeto y subjetividad. Una aproximación Histórico cultural. Thomson Editores. México. 2002. p. 178 - 263

ESCURRIDA, Hajar et al. Diccionario filosófico Limusa. México. 2005.

EGGENSPERGER, T. "El bien común dentro de Europa: planteamientos a un concepto clásico". En: Revista Anamnesis. (año XIII, 2003, N.2): julio, diciembre 2003. México.

EMBER, Carol y EMBER, Melvin. Antropología cultural. Prentice Hall, Madrid, 1997.

FLORES, Fernando et all. Abrir nuevos mundos: Iniciativa empresarial acción democrática y solidaridad. Taurus. Madrid. 2000.

GARCÍA RINCÓN, César. Educar en la solidaridad. Revista Padres y maestros. N. 279. oct. 2003. Madrid.

GARCÍA RINCÓN, César. Educar en la solidaridad. Revista Padres y maestros. N. 279. oct. 2003. Madrid.

HAMPTON, David R. Administración, Ed. McGraw Hill. México D. F. 1993

HELLRIEGEL, Don; SLOCUM, John W; WOODMAN, Richard W. Comportamiento organizacional. Ed. Thomson México D. F. 1998.

HITT, Michael A. TRELAN, Duana. HASKISSON, Robert E. Administración, estratégicas, competitividad y conceptos de globalización. Editorial Internacional - Thomson Editoriales. Bogotá, 2001.

HOUSE, Edgar F. y BOWDITH, James L. El comportamiento humano en la organización. Fondo Educativo Interamericano, S. A. Madrid, España, 1976.

KOONTZ, Harold. Administración una perspectiva global. Ed. McGraw- Hill, México D. F. 1998. Pág.127

LÓPEZ, Liliana María. La solidaridad y los derechos humanos. Revista Cultura y trabajo. N. 46 Medellín. Sep. 1998.

La solidaridad en la escuela formal. En: Revista Educación hoy. Confederación Interamericana de educación católica. N. 137. (enero –marzo 1999). Bogotá. p. 18

LLANOS R., Javier. Integración de recursos humanos. Ed. Trillas. México D. F. 2005.

MANSO CORONADO, Francisco J. Diccionario enciclopédico de estrategia empresarial. 2003 Books.google.com.co/books?id=HF5MQbmedA8C&pg=PT1&dq=Francisco+J.+Manso+Coronado,+Coronado+Manso.+Diccionario+enciclop%C3%A9dico+de+estrategia+empresarial,+2003.&sig=ACfU3U0YXRCZMM7l4ZBmbI15i3Wep ZHnow

María Rosa Buscarais, [sitio en internet]. Disponible en: <http://www.oei.es/valores2/boletin8.htm> [Consulta: 20 de septiembre de 2007).

MAYOR, Federico. El cometido ético de la universidad del siglo XXI. En Revista Pensamiento y cultura. N. 5. (2002).

MUSITU OCHOA, Gonzalo; HERRERO OLAIZOLA, Juan; CANTERA ESPINOZA, Leonor

M.; MONTENEGRO MARTÍNEZ, Marisela. Introducción a la Psicología Comunitaria. UOC. 2004. España (Barcelona) 1ª edición. p. 195 - 216

PARROW, Carles. Análisis de la organización aspectos sociológico. Ed. Continental.

PROLIBROS. La Sagrada Biblia. Barcelona: 1983. 1330 p.

QUIGLEY, Joseph V. Visión, cómo la desarrollan los líderes, la comparten y la sustentan. Ed. McGraw- Hill Santafé de Bogotá, 1996.

QUINZÁ LLEÓ, Xavier. Calidad educativa y práctica de la justicia. Revista Educadores. Vol. 50. N. 209 – 210. Junio 2004. Madrid.

Real Academia de la Lengua Española. Diccionario de la lengua española. 21ª edición. España. 2001.

RESTREPO GALLEGO, Beatriz. Acerca de la solidaridad. Revista Cultura y trabajo. N. 46 Sep. 1998. Medellín.

ROBBINS, Stephen P. Administración: Teoría y práctica. Ed. Prentice Hall Hispanoamérica S. A. México D. F. 1987.

ROBBINS, Stephen P. Comportamiento organizacional. Ed. Pearson Educación, México, 2004.

ROMO G., Abraham. Sistema empresarial de mejora continua, Ed. Grad. S. A. de C. V. México D. F. 1992.

SÁNCHEZ, Ricardo. El valor de la solidaridad. Revista Cultura y trabajo. N. 46. Sep. 1998. Medellín.

SÁNCHEZ, Esteban. Apoyo social y salud mental. Revista de Psicología social. Vol. 13 N° 3. 1998 Madrid. p. 537 – 544

SALLENAVE, Jean – Paul . Gerencia y planeación estratégica. Editorial Norma, 1991.

STEINER, George A. Planeación estratégica, lo que todo director debe saber. México: s/f, s/e.

TORU, Olga Lucía y REY, Germán. Empresa privada y responsabilidad social. Utópica ediciones. Colombia. 1996.

THOMAS, Dan. El sentido de los negocios. Ed. Continental, S. A. de CV. México D. F. 1997.

[Sequeiros, Leandro. Educar para la solidaridad: Proyecto

didáctico para una nueva cultura de relaciones entre los pueblos. Octaedro. Barcelona, 1997.

Sitio en Internet]. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos11/solidd/solidd.shtml> [consulta: 20 de septiembre de 2007].

Sitio en Internet]. Disponible en: <http://www.ucc.edu.co/indesco> [consulta: 28 de noviembre de 2007].

YARCE, Jorge. Los valores son una ventaja competitiva. Ed. Liderazgo, Bogotá D.C. 2001.

