

DIRECTORIO

- Portada
- Números Anteriores

OTROS SUPLEMENTOS

- Magazine
- Crónica
- El Cultural
- Su Vivienda
- Motor
- Viajes
- Salud
- Ariadna
- Aula
- Campus
- Natura
- Náutica

elmundo.es

- Portada
- España
- Internacional
- Economía
- Comunicación
- Solidaridad
- Cultura
- Ciencia/Ecología
- Tecnología
- Madrid24horas
- Obituarios
- DEPORTES
- SALUD
- MOTOR
- Metrópoli
- Especiales
- Encuentros

publicidad

Banesto.com
 cuenta
 AZUL
 902 303 308

Banesto.com
 cuenta
 AZUL
 hipoteca
 AZUL

Banesto.com
 nómina
 AZUL

ibanesto.com
 902 303 308

Con la Certificación del
 Mejor Banco en España 2008
 (Premio Euromoney)

Banesto.com
 LOW COST BANKING

RBE nº 877/09

FORMACIÓN

El mercado acude a las humanidades tras el debate sobre su cierre

LAS ESCUELAS DE NEGOCIOS INCLUYEN EN SUS CARRERAS CRÉDITOS DE LETRAS PARA PALIAR EL ESCASO BAGAJE CULTURAL DE SUS TITULADOS

ÁNGEL DÍAZ

A veces las verdades más evidentes son las más difíciles de reconocer; sobre todo si se juega con las palabras. Llevamos años hablando de dotes comunicativas para referirnos al viejo y saludable arte de la retórica, pero aún llamamos empleado, ayudante o incluso becario a personas que, en la mayor parte de los casos y al menos en algún campo concreto, saben más que el jefe.

El mundo de la empresa, al igual que el ámbito globalizado en que se desenvuelve, ha cambiado mucho. Como también lo harán los métodos de enseñanza en universidades y escuelas de negocios. Dos áreas tan separadas, a menudo enfrentadas, como son las empresas y las humanidades, empiezan tímidamente a coquetear en lo que algunos ven como el comienzo de una profunda transformación en las técnicas de pedagogía empresarial.

No todos ven con buenos ojos el incipiente noviazgo, pues algunos temen que el mercado instrumentalice las letras y las despoje de su verdadera esencia. Pero lo cierto es que nuestros futuros líderes parecen abocados a un radical cambio de mentalidad, y no sólo por la crisis. «Hasta ahora las empresas han trabajado como orquestas sinfónicas; ahora son bandas de jazz, se requiere improvisación», comenta Arantxa de Areilza, decana de la Escuela de Artes y Humanidades de IE (Universidad Instituto de Empresa).

Cuando hay que dirigir a licenciados sobrepregados y ambiciosos, o trazar planes a años vista con magnates cuyos países cuesta situar en el mapa, uno debe saber que ha llegado el momento de decir adiós al aguerrido y vitamínico 'yuppie' de los 80 y pararse a analizar la situación como lo que realmente es: un problema complejo que requiere reflexión y -¿por qué no decirlo?- un poco de filosofía, en el sentido más académico de la palabra. Por seguir con la metáfora musical, a veces el guiño cómplice funciona mejor sobre el escenario que el enérgico golpe de batuta.

Tal y como explica Rafael Alvira, catedrático de Filosofía y director del Instituto Empresa y Humanismo de la Universidad de Navarra, la empresa ha sufrido una doble transformación, interna y externa, que la enseñanza no puede ignorar.

«Ya no estás dirigiendo a gente con una formación rudimentaria, sino que a lo mejor saben más que tú de muchas cosas», indica. «En cuanto a los cambios hacia fuera, ahora hay que comprender el mundo en red», continúa este experto, que defiende el modelo que él denomina formación humanístico-práctica. Aunque advierte: el rigor es imprescindible. «El peligro es que se enseñen recetarios éticos con dibujos y chistecillos, como ya se está haciendo».

Tampoco sería la primera vez, no nos engañemos, que se retuercen doctos conceptos para salir del paso ante la opinión pública. «Cuando se ha hablado de responsabilidad social corporativa, se ha hecho más como propaganda que como una realidad», denuncia Alvira. «Si se trata simplemente de una fachada, es un engaño y al cabo de unos años desaparecerá», añade.

Alvira, en cualquier caso, opina que impartir a los futuros directivos esta clase de formación «es, en principio, positivo». «Hay materias que, siendo plenamente humanísticas, son útiles para las personas que van a tener puestos de gobierno en las organizaciones», recalca. Pero no es fácil olvidar que humanidades y empresa han sido conceptos opuestos durante décadas.

«El enfrentamiento tiene, en efecto, una causa muy profunda, y es que las humanidades y los negocios corresponden a maneras de entender el mundo rigurosamente incompatibles entre sí», señala Antonio Valdecantos, catedrático de Filosofía de la Universidad Carlos III.

Maureen Goldman, catedrática de Inglés en el Bentley College de Waltham, ha estudiado tanto los tradicionales enfrentamientos como el actual 'vis-à-vis' entre negocio y letras, y su conclusión es que «los humanistas han estado en el lado de los perdedores de esta batalla». Así lo demuestra, en su opinión, el hecho de que se haya producido una «debacle» de las vocaciones humanísticas, al mismo tiempo que «han florecido» las escuelas de negocio, los MBA y, en general, la enseñanza de las ciencias empresariales.

Aunque las guerras culturales entre ciencia y negocio, a un lado de la trinchera, y humanidades y filosofía, en el otro, han tenido como principal campo de batalla la Universidad anglosajona y, más concretamente, la estadounidense, lo cierto es que también España ha vivido recientemente esta tensión.

A raíz de la supuesta mercantilización que muchos achacan al Proceso de Bolonia y a las propuestas de hace unos años de clausurar ciertas carreras (como Historia del Arte y Humanidades), algunos sectores han visto amenazada la formación humanística.



Por Raúl Arias.

Ahora ya no se plantea el cierre de carreras, pero el simple hecho de que las escuelas de negocio y las ciencias empresariales se interesen por las humanidades basta para despertar enquistados recelos.

«Algunos defensores de las humanidades expresan su desconfianza y desprecio por el capitalismo, y los valores de los negocios, insistiendo en el valor intrínseco de las humanidades y oponiéndose a cualquier argumento que potencie estas materias por el simple hecho de que sean útiles para los negocios», resume Goldman.

Algunos, de hecho, opinan que los profesores de letras no deberían colaborar con las escuelas de negocio. «No cabe ninguna duda de que ciertas enseñanzas decorativas de humanidades pueden aportar un apreciable valor añadido. Pueden, sin duda, proporcionar un barniz cultural que para el hombre de negocios no dejará de ser rentable en más de una ocasión. Lo que ocurre es que semejante concepción prostituye las humanidades hasta extremos que son incompatibles con la dignidad profesional de cualquier docente», sostiene Valdecantos.

«Sin duda ha influido [en este enfrentamiento] una interpretación parcial e incompleta de conceptos tales como desarrollo, progreso, etc, que se han reducido, en la mayor parte de las ocasiones, a conceptos de crecimiento, rentabilidad inmediata, cifras, olvidándose de un factor básico, el humano y los indicadores que permiten su valoración», señala María Elena Martín-Vivaldi Caballero, decana de la Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Granada.

Tras haberse considerado amenazadas a causa de sus escasas salidas laborales, las humanidades ven ahora cómo el mercado las reclama cada vez más. «Las empresas notaban un déficit de creatividad y espíritu crítico», comenta De Areilza. Pero hay quien huye de este nuevo matrimonio de conveniencia como de la peste: «Lo que en ningún caso cabe son mezclas indigestas contrarias a la naturaleza de las cosas», dice Valdecantos. «Por lo que respecta a muchos colegas, entre los que me incluyo, esta concepción de las humanidades, hoy tan exitosa, no merece ningún respeto, absolutamente ninguno», remacha.

Sin embargo, y en línea con la propuesta de Goldman de no seguir en el bando perdedor, la mayoría de expertos considera que sí hay cabida a distintos niveles de enseñanza de las humanidades, incluido el apoyo a la formación empresarial. «Si hay talleres de teatro como terapias para determinados enfermos, no opinaremos que se está instrumentalizando el teatro hacia la medicina: es otra aplicación más de esta disciplina. Lo mismo sucede con el arte, la danza y la música. Puede que los puristas no lo vean así, pero la interdisciplinariedad enriquece las diferentes disciplinas y ciencias», comenta Raquel de la Fuente Anunciabay, decana de Humanidades y Educación de la Universidad de Burgos.

Lo que parece evidente es que cada vez más materias aparentemente alejadas de los negocios van a estar presentes en la formación empresarial. De la Fuente Anunciabay cita varias: «El teatro o la antropología, la sociología, psicología.». El abanico, en realidad, es inmenso: incluso algunos mencionan la música, por desarrollar la capacidad de manejar patrones complejos y largas estructuras, contra de la visión a veces demasiado 'cortoplacista' de los negocios.

Anuncios Google

[Master Energía Renovables](#)

Especialízate Con Este Master Abierta Matricula 2009. Infórmate

www.PostgradosMasters.es

[Acceso a la Universidad](#)

Curso de Acceso a la Universidad Para Mayores de 25 Años.

Infórmate

www.MasterD.es/Granada

© Mundinteractivos, S.A. - Política de privacidad

Avenida San Luis 25-27. 28033. Madrid. ESPAÑA
Tfno.: (34) 91 443 50 00 Fax: (34) 91 443 58 44
E-mail: cronica@el-mundo.es