

E. MIRET MAGDA LENA

DIJE en mi anterior artículo que varios investigadores en organización de empresas habían sido contratados por diversos organismos eclesidásticos. Y ellos eran los que decían recientemente que estas instituciones de Iglesia, incluida ella misma, podían verdaderamente asimilarse a una empresa multinacional. Y pensaba que adoptar este punto de vista podía ser práctico, ya que podíamos deducir de él un análisis más desapasionado de su estructura.

Pero esta labor de análisis histórico, que resultaría de indudable interés y que se encuentra pendiente de realizar, debe ceder a otra más urgente: ver cómo ha reaccionado en particular, tras el Concilio Vaticano II, esta gran "empresa multinacional" que llamamos Iglesia.

Toda empresa humana, y la Iglesia lo es en un 90 por 100 para los creyentes, ha tenido en estos años de crisis mundial que replantearse su estructura... Y aun antes de la crisis, algunas de estas gigantescas organizaciones humanas ya tuvieron que reestructurarse y reorganizarse para poder hacer frente con eficacia a los nuevos problemas económicos del mundo actual. La grandiosa General Motors —por poner un ejemplo—, en 1920, tuvo que reorganizarse, pasando de una estructura funcional a una organización a base de divisiones por productos, para no caer en la bancarrota. Más tarde fue la no menos grandiosa Ford, que se encontró al borde del colapso por su centralismo ingenuo; y para evitarlo, el nieto del fundador estableció el sistema de departamentos semiautónomos, con el fin de dar eficacia práctica al conjunto y salir de aquel mal paso. Y, recientemente, la Sears nos ha dado un ejemplo parecido en su poderosa organización comercial.

El resultado de estos arreglos ha sido eficientísimo. La General Motors aumentó espectacularmente sus ventas; la Ford superó sus malos momentos con rapidez, y la Sears resultó un modelo de buena organización comercial.

Muchos dirigentes eclesidásticos, ante estos ejemplos, se han dicho: ¿Por qué no nosotros? Y dicho y hecho. Organismos, órdenes religiosas y regiones eclesidásticas enteras se han puesto en marcha hacia una más eficiente organización. El clero de Colombia —por ejemplo— ha planificado su actuación siguiendo los métodos del "marketing", y ha previsto su labor para cinco años, en un estudio orientador de 130 páginas de apretada lectura, con mapas y gráficos, inspirándose en el "management" más moderno.

En Irlanda, los jesuitas están entrenando a sus dirigentes para organizar planes, adoptar políticas y establecer prioridades, como lo haría cualquier empresa industrial. Lo mismo que hacen los franciscanos de Padua, el santuario del crítico San Antonio —quien ponía en solfa a los obispos de su época—. Estos franciscanos, ahora, usan computadoras para centralizar en esa villa italiana su administración contable. En Inglaterra, los obispos, clérigos y religiosos de ambos sexos

asisten a conferencias, a seminarios y cursos de "management", porque creen que así se entrenan mejor para atraer a los descontentos, descarrillados o descorazonados. Y algunas órdenes religiosas introducen en sus organizaciones la famosa dirección por objetivos de John Humble, que es cada vez más practicada a nivel humano y divino. Hay misioneros en la India —como el Padre J. Brito, del Instituto Social de Nueva Delhi— que se ha convertido en un vendedor de las ideas del "management" industrial a través de todo el país. También se han instalado computadoras en el Vaticano, lo mismo que en diferentes organismos suyos. Los contemplativos consultan a asesores económicos para no tener que depender de las limosnas de los fieles, que cada vez están más remisos en ayudar a la Iglesia de este modo. Y en Gran Bretaña ha sido fundada una organización ecuménica para asesorar a todas las instituciones cristianas que deseen reorganizarse con arreglo a los nuevos conceptos del "management": los métodos activos de implantación de estas nuevas técnicas de venta han pasado al plano eclesidástico.

LA IGLESIA, ¿EMPRESA MULTINACIONAL?

Del mismo modo se procede al reclutamiento de vocaciones: se inventan nuevos caminos publicitarios y de selección de candidatos por métodos psicológicos, empleando "tests" psicológicos, y en Londres se usan también los servicios de un conocido especialista en publicidad con el fin de atraer vocaciones. Los métodos empleados por Jesús —que tanto éxito personal tuvieron— son considerados como anacrónicos, y nos asemejamos a un conglomerado de empresas multinacionales con métodos industriales. Ante todo ello se producen las más diversas reacciones. Hay quienes se encuentran, en medio de estas novedades, como chicos con zapatos nuevos; hay quienes ponen en cambio cara seria y proclaman severamente que es preciso apartar del santuario todos los ordenadores electrónicos. Pero también existen los que aprovechan la ocasión para proponer drásticas medidas de limpieza del personal eclesial y de relevo de sus directivos. El joven estudiante francés que publicó en *Le Monde* en 1972 un sensacional artículo sobre la renovación católica en su país, decía: "del lado del clero se afirma que hay una crisis de vocaciones y un abandono de los que es-

tán en activo, pero, ante la incompetencia de los que quedan todavía, se pregunta uno si se han marchado bastantes; la verdadera cuestión es que gran cantidad de sacerdotes, que se encuentran a la deriva, no creen ya en lo que hacen; se han ahogado por querer seguir la corriente". Ante esto, se pregunta el Padre Bruckberger, O. P., en su ingeniosa Carta abierta a Jesucristo, si los "Consejos de Administración" de esta Iglesia a la moderna —y de sus organismos— no tendrían que hacer como en las organizaciones humanas: "dimitir por propia iniciativa, por haber llevado la empresa a la quiebra, y ceder en cambio el lugar a otros más competentes, incluso dejando el sitio a unos liquidadores judiciales, encargados de mantener un mínimo de orden y de eficacia, para poner a punto una situación que ha llegado al límite". Cualquiera "hombre de negocios" inquieto por un mínimo, no sólo de seriedad, sino de eficiencia, se plantearía —en la Iglesia, como organización al servicio de los hombres— que pudiera dimitir toda una jerarquía nacional, o incluso a más alto nivel que la jerarquía nacional hubiera dimisiones espectaculares". ¿Por qué? Por su incompetencia para dirigir en esta situación de crisis. ¿No hemos leído estos días el ofrecimiento hecho por el obispado de Mozambique de dimitir en bloque? No es, por supuesto, tan utópica la postura de este dominico francés, tocado de un humor integrista incisivo, pero lleno de ingenio.

Y yo me pregunto: después de estas espectaculares dimisiones que se piden o se ofrecen, ¿qué? Porque ahí está el "quid" de la cuestión: existen dos tendencias antagónicas, que van por el mismo camino de las grandes organizaciones —puestas al día con métodos electrónicos—, o por la vía mucho más evangélica de la sencillez superadora de toda organización burocrática, por humanamente perfecta que se la suponga. El Padre Bruckberger eleva una oración a este Jesucristo en el que todos pretendemos inspirarnos: "Señor Jesucristo —dice—, enviadnos un Molière, con su lenguaje simple y directo, hablando un buen francés, que reduzca la teología al Evangelio, que sepa burlarse de los expertos y de las comisiones, como merecen que se burle uno de ellos, y que sepa desennascar a todo Tartufo que adopte grandiosos aires humanitarios y científicos". Hay que volver decididamente, como él dice, al Evangelio, y "leerlo cándidamente"; y además, "escuchar nuestro propio corazón", porque si no entramos dentro de nosotros mismos, iremos como veletas dando vueltas a cualquier viento sin ningún resultado de provecho.

¿Empresa multinacional grandiosa o modesta empresa artesanal? Sin duda, por una vez, lo pequeño e insignificante prima sobre lo grandioso y espectacular. Pero es en religión, en la religión que queremos los seglares que vivimos en medio de las inquietudes y zozobras de la inflación, de la educación de nuestros hijos o de nuestras dudas cristianas. ■