



Ética y deontología

los útiles del progreso

*"Somos lo que hacemos día a día.
De modo que la excelencia no es un acto, sino
un hábito". (Aristóteles)*

El discurso de la calidad, propio de sociedades desarrolladas, surge ante la consideración de que lo necesario ha de ser óptimo. Carecería de calidad, por tanto, toda profesión que se mostrara poco despierta a los retos, a la demanda de la sociedad y a las inquietudes de sus miembros.

Definida en la norma UNE-EN-180-8402 como "conjunto de características de una entidad que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades establecidas y las implícitas", la calidad consiste en dirigir los esfuerzos de una organización cualquiera hacia la obtención de la eficacia, para lograr la máxima satisfacción de los usuarios.

Nuestra intención es mostrar que el discurso de la calidad pertenece al terreno ético en cuanto hace referencia a la actitud con que se ejecutan las funciones encomendadas por la sociedad a una profesión, entendida ésta no como un mero ejercicio de actividades técnicas, o una manera acostumbrada de actuar, sino una "especial manera de ser", a la que cabe exigir determinados comportamientos generadores de los hábitos que, a la larga, se convertirán en los más significativos, moralmente hablando, de la profesión. Es en el ejercicio cotidiano de la profesión donde el individuo se enfrenta a casos concretos que, sin contenido moral previo, pueden derivar en un dilema de carácter ético. Son situaciones que exigen una determinación fruto, bien del impulso, bien de la consideración de aspectos derivados de la norma y el medio en que se producen, pero en todo caso basadas en una responsabilidad profesional que muestra la voluntad de trans-

formar en actos el saber teórico y técnico. En otras palabras, asumir la capacidad de escoger entre cursos alternativos de acción.

Las organizaciones pueden diseñar su "manera de ser" a través de dos modelos éticos:

- *La ética del impulso*, basada en valores y objetivos. Para conseguir los objetivos deseados utiliza estrategias de influencia y otras técnicas rápidas y fáciles de aplicar, con resultados a corto plazo.
- *La ética del hábito*, basada en principios universales e indiscutibles. Para conseguir los objetivos deseados utiliza como pauta la conducta basada en la educación moral de los individuos y en el esfuerzo personal y colectivo. Las actuaciones que se derivan de este comportamiento son producto de la intersección de conocimiento, capacidad y deseo y sus resultados se manifiestan a medio y largo plazo.

El falso encanto de la ética del impulso consiste en pretender alcanzar resultados óptimos, la calidad, de una forma rápida, sin pasar por el proceso natural de trabajo y desarrollo, sino a través de técnicas y arreglos transitorios. No quiere esto decir que la utilización de estrategias, influencias o técnicas rápidas sea negativa en sí misma, sino que deben ser utilizadas como instrumentos sobre una base fundamentada en la ética del hábito.

¿Y hacia dónde nos conduce la ética del hábito? Toda organización que fundamenta su "manera de ser" sobre la

ética del hábito participa en un proceso de crecimiento o madurez continuos que se inicia desde la dependencia (fase de escasa autonomía), hacia la independencia (fase de auto-suficiencia), hasta llegar a la interdependencia (fase de la ayuda y beneficio mutuos). Es esta última fase la plenamente ética en tanto nos relaciona con los demás a la búsqueda de un bien común, a la vez que nos obliga a mantener el respeto a la independencia de quienes componen el grupo.

Cuando el proceso se completa, las organizaciones adquieren una “cultura organizacional” que les permite afrontar con realismo cualquier objetivo tendente a la eficacia. Trasladada esta idea al ámbito de las bibliotecas, como organizaciones que son, nos facilitará la preparación de procedimientos de mejora de la efectividad en cualquiera de los servicios, con la seguridad de que el hecho de afrontar un proceso cualquiera ya indica intención de independencia y, por tanto, evolución en la “cultura organizacional”. Veamos qué pasos hemos de dar en primer lugar:

1. Tomar la iniciativa como respuesta a un estímulo de mejora. El punto de partida es un análisis interno y externo de la situación con objeto de detectar los puntos fuertes y débiles de nuestro sistema organizativo.
2. Reconocer el marco de referencia en el que estamos inscritos. De esta manera nos aseguramos de que toda decisión posterior que tomemos, o actividad que emprendamos, no atenta contra los criterios generales establecidos. Efectividad y eficacia quedan relacionados con el fin que queremos lograr y, de este modo, iniciamos nuestra actuación con conciencia moral.
3. Actuar según prioridades. Es decir, identificar y seleccionar adecuadamente los principios sobre los que se asentará nuestra actuación. El principio fundamental deberá estar relacionado con una elevada conciencia moral en la que primen las personas sobre los objetivos. El orden de prioridades se deberá elaborar conforme a criterios de coherencia, equilibrio y flexibilidad.

Con el ejercicio de estos tres hábitos reforzamos la libre voluntad de elegir nuestra respuesta ante un estímulo, desarrollamos la capacidad de pensar sobre bases de imaginación creativa y de conciencia moral, y actuamos bajo principios íntegros en función de prioridades: alcanzamos así la fase independiente de la organización.

El eje de la fase de la interdependencia se apoya en las relaciones con los demás, lo que eleva moralmente nuestra actuación. Si bien la independencia procura objetivos y metas personales, la interacción ofrece relaciones altamente productivas y asociaciones sólidas basadas en el servicio, la contribución, el aprendizaje y el desarrollo. De hecho, solamente los sistemas plenamente independientes pueden establecer relaciones interdependientes duraderas.

Es en este tipo de relaciones donde se manifiesta con claridad la “manera de ser” sobre la que se sustenta nuestra actuación. Si elegimos actuar según la ética del impulso,

aplicaremos técnicas superficiales de relaciones con los demás que, a la larga, sólo producirán resultados contraproducentes. Si, por el contrario, elegimos actuar según la ética del hábito nuestras relaciones se fundamentarán en colaboraciones positivas, de consenso y de mutuo beneficio. En palabras de Victoria Camps “ la verdad sólo reside en el acuerdo... el individuo no ignora sus limitaciones, sabe que su razón no es monológica sino dialógica, que él solo no llegará a ninguna parte”.

En realidad hablamos de la consideración de la teoría de la acción comunicativa, fundamento de la razón discursiva, desarrollada por Habermas. La eficacia y la efectividad de una organización, el culmen de la “cultura organizacional”, se asientan sobre el trabajo conjunto, la comunicación conjunta, la obtención de lo común a través del razonamiento lógico y del *ethos*, entendido éste como un carácter o integridad que deriva en la comunicación como medio para obtener el bien común.

El último trayecto que debe recorrer la ética del hábito consiste en la renovación, en una actitud permanente de mejora que permite percibir, mediante la conciencia moral, la congruencia o discrepancia con los principios establecidos. Este proceso de búsqueda de la eficacia continua podríamos basarlo en las cuatro dimensiones sobre las que se apoya la teoría de la motivación: la dimensión económica, el trato personal, el desarrollo personal y el servicio como contribución a los fines marcados. Se hace necesario, por tanto, que toda organización que busque la eficacia como “manera de ser” incluya, de manera sensata y equilibrada, entre sus presupuestos morales un criterio económico, un sistema de relaciones humanas, un serio compromiso en utilizar y desarrollar el talento de sus empleados y, por último, una disposición de servicio ante la sociedad.

En la actualidad, las organizaciones pertenecientes al ámbito de la sociedad de la información experimentan serias dificultades para responder ante dilemas éticos debido a las presiones socioeconómicas a las que se ven sometidas. En algunos casos, no solamente no cuentan con políticas claras que aseguren el comportamiento de sus miembros sino que, incluso, pueden verse obligadas a trabajar en contra de todo comportamiento ético. En este caso, ante serias presiones externas, la respuesta ética debe emerger desde dentro, desde los propios miembros de la organización, como parte del hacer diario y de la “cultura organizacional”, y debe materializarse en un código deontológico donde queden reflejados procedimientos, actitudes, objetivos y fines. Este código solamente será respetado si es fruto de un esfuerzo común, de una búsqueda entre todos de la “manera de ser” propia de nuestra profesión, avalada por un comportamiento uniforme, abierta a la mejora continua y sensibilizada hacia la cultura del *ethos* como la auténtica vía hacia la eficacia. Una profesión que entienda la ética y la deontología como los nuevos útiles del progreso. ■

Margarita Pérez Pulido y Aurora Gómez-Pantoja
