

# Una nueva realidad demanda un nuevo lenguaje



Marià Moreno  
Coautor de *Construir Comunidad*

**Es innegable que el mundo** se está moviendo. Cualquier observación de lo que nos rodea nos aporta una respuesta afirmativa. Sí, las cosas se están moviendo. La pregunta clave es hacia dónde. Una somera síntesis, quizá incompleta, de las alternativas para tratar de hallar esa respuesta podría iniciarse con una revisión de antecedentes históricos; esta primera alternativa puede resumirse en el conocido dicho «la historia siempre se repite». La segunda alternativa la encontramos en la consideración y el estudio de leyes, tanto sociales como económicas, que puedan predecir la posible continuación de la historia, el rumbo previsto por una ley que sabe de sus consecuencias. Y, por último, la posibilidad de lo que podría definirse como un amplio despertar; esta es, ciertamente, una alternativa inconcreta donde, quizá, la constante sea que las cuestiones materiales deben perder peso. En cualquier caso, el temor de aquellos que desean un cambio real de la situación es que, finalmente, nada cambie; que se impongan aquellos que no desean cambio alguno aunque manifiesten que sí, que debe haber cambios, pero añadiendo, como siempre, que eso será cuando la situación lo permita.

Nos permitimos aventurarnos —sin duda insuficientemente pertrechados— en el esbozo de una hipótesis sobre lo que podría suceder si reconsideráramos la utilización del lenguaje. Preguntarnos: ¿Con qué lenguaje se está construyendo el futuro? Cuando cada una de las alternativas se refiere al futuro, ¿qué palabras utiliza? ¿Con qué sentido? Nuestra hipótesis es que si las palabras utilizadas, y su sentido, son viejos, el futuro será igual que el presente. Esto es, no habrá cambio alguno. La hipótesis indicaría que sin un lenguaje nuevo, nada nuevo se construye y, por tanto, tampoco amanecerá ninguna nueva realidad. En este sentido, nos permitimos mencionar a Wittgenstein y, en concreto, su afirmación de que «los límites de mi

**Nuestra hipótesis es que si las palabras utilizadas, y su sentido, son viejos, el futuro será igual que el presente. Esto es, no habrá cambio alguno.**

lenguaje son los límites de mi mundo». Si el lenguaje utilizado para referirse al futuro posee los límites del mundo presente, probablemente el mundo futuro no será más que una mera reedición del hoy y en absoluto será un mundo nuevo.

La tarea de aquellos que quieren una nueva realidad debe iniciarse por la generación de un nuevo lenguaje dotado, tanto de nuevas palabras, como de nuevos significados, para aquellas palabras viejas que sea necesario utilizar. Aún cuando lo idóneo sería que el lenguaje fuera enteramente nuevo, probablemente se deba convenir en que aquello que se vaya a generar sea fruto de una hábil combinación de palabras nuevas con palabras viejas absolutamente resignificadas. Nos permitimos aportar dos ejemplos de lo que tratamos de expresar, ambos vinculados al entorno empresarial:

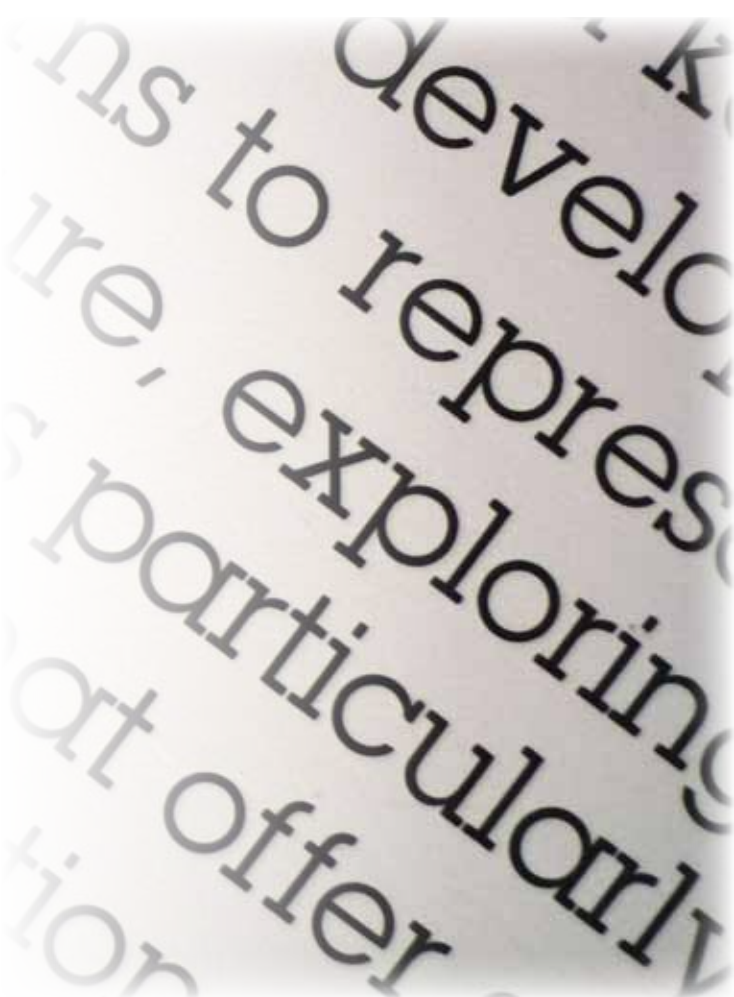
a) El maestro Peter Drucker observó, en un momento tan temprano como los años sesenta, la emergencia de un nuevo concepto de trabajo y, por tanto, de trabajador. Ese nuevo concepto cuestionaba algo tan tangible hasta el momento como la necesidad de importantes medios de producción para desarrollar el trabajo. La cuestión era, y así ha sido, que de hecho el nuevo trabajador iba a prescindir de esos medios, ya que prácticamente lo único que iba a necesitar era su inteligencia, su destreza, sus capacidades. Peter Drucker generó un nuevo concepto, el del «trabajador del conocimiento», que le sirvió para desarrollar lo que, sin duda, ha supuesto una nueva «Teoría General del Management».

b) La creciente complejidad de los mercados ha supuesto un reto permanente para las empresas en su legítima lucha por su supervivencia. Las estructuras mentales de sus responsables, limitadas por palabras —en este caso, la palabra jefe—, se rebelaban como absolutamente insuficientes. Sin embargo, y pese a los numerosos intentos, no se produjo un cambio real, significativo, hasta que esa palabra, jefe, fue sustituida por la palabra líder. Una palabra vieja que ha sido absolutamente resignificada. La resignificación de la palabra líder ha generado lo que no dudamos en calificar como una nueva «Teoría general de la función directiva».

No pretendemos ser quienes mejor puedan interpretar el significado de estas dos nuevas palabras, pero sí consideramos que puede resultar evidente que, sin ellas, hubiera sido bastante improbable que la transformación que cada una de ellas ha comportado se hubiera producido. Pensamos que es, entonces, el tiempo de hacerse algunas

**Es el tiempo de hacerse algunas preguntas. Preguntas que puedan servir para resignificar palabras viejas como sociedad, comunidad, política, economía, empresa, trabajo o beneficio.**

preguntas. Preguntas que puedan servir para resignificar palabras viejas como sociedad, comunidad, política, economía, empresa, trabajo o beneficio. Preguntas que puedan servir para hacer nacer nuevas palabras. Preguntas que construyan un lenguaje que permita que el futuro, esta vez sí, sea a favor de todos y no contra nadie. Una nueva realidad está demandando un nuevo lenguaje por la misma razón que el futuro, para dejar realmente atrás el pasado, no ha de hablar su mismo idioma. ■



ESPACIO  
DIRCOM

**dircom**  
Asociación de Directivos de Comunicación

## La Declaración de Madrid sobre Comunicación de la RSC promueve la transparencia, veracidad y responsabilidad de las organizaciones

Montserrat Tarrés, vocal de RSC de Dircom

La Asociación de Directivos de Comunicación, Dircom, ha logrado poner de acuerdo a directores de comunicación de más de 15 países de la Unión Europea para aprobar la Declaración de Madrid sobre Comunicación de la RSC, un documento de consenso a escala europea, ratificado en el I Congreso Europeo de Comunicación de la RSC, organizado por Dircom en Madrid. Dicha Declaración pretende ser la guía de referencia de buenas prácticas en la materia y sienta las bases para una comunicación de la RSC veraz, transparente y en línea con la estrategia de negocio. Se parte de la necesidad de una estrecha colaboración entre las áreas de RSC y Comunicación y la importancia de promover un comportamiento coherente, transparente y medible dentro de la organización.

Además, la Declaración de Madrid expresa que la RSC está vinculada al área de Comunicación, mucho más que a ninguna otra, por lo que es imprescindible la cooperación permanente para lograr una comunicación veraz, responsable y transparente y que, además, genere reputación para la compañía.

El texto también afirma que las políticas de RSC, y por tanto su comunicación, deben responder a los principios, valores y comportamientos de la organización, por lo que es preciso ser especialmente cuidadoso al interiorizar dichas políticas dentro de la compañía.

Por otro lado, se pone de manifiesto que, a pesar de que los Estados deben promover las conductas y políticas responsables, no deben interferir en la toma de decisiones de cada empresa. Tanto el I Congreso Europeo de Comunicación de la RSC como la aprobación de la Declaración de Madrid se enmarcan dentro de uno de los ejes estratégicos de Dircom, liderar el discurso de la RSC.