



[Ignacio Aliende](#) Consultor de e-Learning y RRHH

Cuando el contexto es hostil, la empresa debe mantener y brindar una visión clara, salir de la queja y fomentar la colaboración.

En épocas de penurias y recortes el término víctima aparece con mucha más recurrencia en los medios de comunicación y las declaraciones públicas. En este artículo vamos a analizar su repercusión en las posibilidades de nuestras organizaciones por reaccionar ante un contexto hostil.

Deberíamos alguna vez tratar de dar una acepción más afinada a la palabra víctima. Veo como algunos la emplean en su sentido más objetivo ("Persona que padece daño por culpa ajena o por causa fortuita"). Otros sin embargo la aplican en casos más discutibles.

Para que se me entienda, nunca pondría en duda el calificativo en caso de los afectados de un tsunami, el que sufre un accidente cuando cumplía con el código de circulación o aquel que, pese a tener un desempeño correcto en su organización (pública o privada), después de veinte años se ve afectado por un ERE. Sin embargo me entran las dudas cuando el mismo calificativo de víctima lo utiliza un entrenador de fútbol que ve frustradas sus aspiraciones por llegar a la final de la Champions, aquella organización sectorial que no hace mucho disfrutó de ayudas públicas o el que se compró cuatro pisos en 2008 esperando que se revalorizaran y forrarse.

"Asegura un sistema de valoración del desempeño transparente, juega con las cartas sobre la mesa, y ofrece un feedback y una ayuda honesta como respuesta a las situaciones."

Incluso la genuina condición de víctima tiene su periodo de caducidad. Yo fui víctima una vez, pero no puedo ser víctima de por vida y por todo. E independientemente que a mí, personalmente, me puedan molestar esas actitudes, lo cierto es que a quienes más perjudican son a quienes se quedan estancados en esa posición, marchitos para seguir actuando, a expensas de la corriente.

He conocido últimamente a algunos emprendedores que dicen cosas parecidas a lo que pienso. Por ejemplo, Pau García-Milà, creador del sistema operativo EyeOS, comentaba el otro día en un programa de televisión que hay que dudar de las etiquetas que los medios de comunicación ponen a las situaciones, supuestos fenómenos como generación "ni-ni", fuga de talento o mileurista que se convierten en términos cenizo que nos hacen percibir la realidad en gris y, por tanto, nos restan energías para actuar... para vivir.

Art Horn, autor de "The hidden fear", expone brillantemente en uno de los capítulos de su libro cómo llenamos los hechos objetivos con multitud de etiquetas ("meta-level") que lejos de aportar información objetiva a las situaciones contamina nuestra percepción y la llena de juicios innecesarios sobre personas y situaciones que pueden paralizarnos.

Lo cierto es que cuando en una organización se instala la actitud victimista va quedando sin ilusión y energía. La víctima viene con su amiga la excusa y finalmente es como un virus que paraliza la toma de decisiones.

Desde los departamentos y mandos que dirigen a otras personas es fundamental no dejarse contagiar y no dar por sentado más escenarios pesimistas que los que de por sí nos ofrece la realidad.

Hay algunos consejos útiles que pueden ayudarnos:

- Permite que todo el mundo desahogue sus penas, pero hasta cierto límite, nunca olvides que con un análisis, más o menos pesimista de la situación, debe venir una propuesta de actuación.
- Asegura un sistema de valoración del desempeño transparente, juega con las cartas sobre la mesa, y ofrece un feedback y una ayuda honesta como respuesta a las situaciones.
- Sé realista, los "mundos de yupi" nunca han hecho un favor a medio plazo a las organizaciones, y la gente no es tonta y no tardará mucho tiempo en hacerse una idea de la situación real y de que la comunicación de la dirección no ha sido sincera.
- Permite a los demás que colaboren para salir de los malos momentos, sólo cuando las personas participan y se sienten escuchadas ofrecerán su conocimiento y emplearán energías en proyectos conjuntos.