

Muchas gracias por esta grata oportunidad de participar en unas jornadas del GREF, en las que se me ha permitido hablar del sentido del trabajo y por extensión de la empresa de nuestra vida.

Hace casi 30 años que fui alumno del IESE en Barcelona, y desde muy pronto nos hablaron allí de tres posibles motivaciones en el trabajo: la intrínseca, consistente en nuestro interés en el propio trabajo, la extrínseca, referida a la remuneración y condiciones externas aparejadas a ese trabajo, y la trascendente, que se vincula a nuestras aspiraciones más altas, más puras, aquellas que tienen que ver con la dimensión espiritual de la persona. La motivación trascendente parte de que toda persona, si se dan las condiciones adecuadas, aspira a hacer las cosas lo mejor posible y en beneficio de la comunidad, según una forma de liderazgo que en los últimos años se manifiesta en la definición del “líder servidor”.

Un ejemplo de estas tres motivaciones integradas nos lo da el médico que ama su trabajo, que está bien remunerado y cuenta con medios para ejercer la profesión, y que además entiende que con su trabajo presta un servicio a la humanidad, ayudando a los semejantes en un momento especialmente difícil de la vida como es una enfermedad.

Cuando como formadores nos dirigimos a las personas podemos en realidad dirigirnos a la mente, a las emociones o a la esencia de la persona. Cada una de estas dimensiones de la persona requerirá de un lenguaje apropiado, ajustado a “esa dimensión”. La mente es racional, concreta, y muchos de los temas que debemos resolver en el día a día profesional son sumamente racionales y concretos. Las emociones son más difíciles de conocer y abarcar, y como formadores o interlocutores podemos dirigirnos a las emociones altas (por ejemplo vídeo “Yes you can” de la campaña en internet de Obama, o el visionado de un fragmento de “Gladiator” con el que Guardiola animó a los jugadores del Barcelona en el vestuario de Roma, antes de salir al campo para ganar la Champions), pero también a las emociones más bajas (cada cual que elija un ejemplo). Creo que todos somos conscientes de que la publicidad y los titulares en nuestras aceleradas vidas van con mucha frecuencia dirigidos al cuerpo emocional más bajo, y por eso generan miedo, codicia, odio, avaricia y deseo de poseer. Finalmente, cuando nos dirigimos a la esencia, al alma, convocamos lo sagrado y permanente del hombre, su Yo superior o auténtico, y trascendemos la personalidad o ego que se manifiesta a través de los cuerpos mentales y emocionales.

La comunicación esencia-esencia o alma-alma se caracteriza por su autenticidad, y en esta comunicación, que puede ser explícita o implícita, el compromiso de las personas es mucho mayor. Se genera así una cultura en la que prevalece no sólo la confianza, sino en la que el compromiso ocupa un lugar muy importante, el lugar central. Se crea una cultura de gran propósito, en la que las personas quieren sacar lo mejor de si mismas, y en la que prevalece la coherencia (los valores) sobre la conveniencia (lo que me convenga con independencia de esos valores).

Cuando el diferencial entre los valores que la empresa defiende y la realidad que la empresa vive aumenta, la credibilidad de la organización disminuye y surge, entre otras manifestaciones, el cinismo. Es apropiado entonces el chiste de que el capitalismo ha

hecho bueno el marxismo, al hacer suya la frase de Groucho Marx: “estos son mis valores, pero si no le gustan, tengo otros”. De hecho, la crisis que estamos viviendo es por supuesto económica, pero antes que eso, y sobre todo, es una crisis de valores.

Volvamos a la esencia: para hablar desde el alma es importante centrar antes quiénes somos realmente. Si llegamos a la conclusión de que somos seres espirituales con una dimensión material, en la que nos expresamos y desenvolvemos, llegaremos también a la conclusión de que conviene vivir de tal forma que podamos estar en conexión con esa dimensión espiritual, trascendente. Aquí hay tema para la práctica personal de cada cual, haciendo espacios de silencio y meditación para buscar dentro. Nuestro intelecto, nuestras emociones, están recibiendo estímulos permanentemente, y prestamos poca atención a la comunicación del alma, en parte porque no estamos habituados a contactar con el alma. De ahí que cada vez más se hable en algunos lugares de la necesidad de introducir la meditación en nuestras vidas.

La mente, las emociones, son terrenos movedizos, inestables, sujetos a miles de condicionantes externos Pero desde el interior, desde la esencia, se entiende mejor la preciosa frase “no endurezcáis vuestros corazones”, que puesta en práctica nos ayuda a comunicar mejor con el mundo, con la humanidad. Y la preciosa labor del formador es precisamente la de comunicar, la de unir.

Así pues, elijamos bien a qué parte de la persona queremos convocar en nuestra comunicación, y no descuidemos convocar su esencia, pues al hacerlo iremos construyendo nuestras organizaciones en torno a valores sólidos, inamovibles, coherentes.

Joaquín Tamames, Director de la Unidad de Corporate Finance, Banco Sabadell