



knowsquare .

PREPARADO POR: JESÚS GALLEGO VILLANUEVA

30 DE ENERO DE 2011

DESDE EL CORAZÓN DE LA ACTITUD

EL LIBRO ABIERTO DE LA ACTITUD - ARTÍCULO

knowsquare .

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa del Autor
y Know Square S.L.

“Seis honrados servidores me enseñaron cuanto sé. Sus nombres son: cómo, cuándo, dónde, qué, quién y por qué”. La conocida frase de Rudyard Kipling, ha dado y sigue ofreciendo mucha luz a escritores, periodistas y comunicadores, al preparar sus textos y manejar sus discursos.

En el ámbito de las organizaciones, también tiene una fácil traslación y, pienso, hace de su simpleza una virtud. La necesidad de tener presente un objetivo (qué), una estrategia (cómo), una planificación, un momento y su oportunidad (cuándo), un determinado ámbito o lugar para nuestra acción (dónde), un líder y su equipo (quién) y unos profundos motivos, causas y razones (por qué), necesariamente han de estar presentes para que nuestra gestión no sólo sea eficiente sino también excelente.

Sin corregir al premio Nobel y, uniéndolo a la obra de Viktor Frankl, quisiera en este momento detenerme en el último de los servidores - el por qué - para darle un nuevo matiz que, quizá, y con el permiso de ambos maestros, podamos convertirlo en un potente despertador al servicio de nuestra actitud.

A Frankl le gustaba citar a Nietzsche: *“Quien tiene un porqué para vivir, encontrará casi siempre el cómo”*. ¡Qué poderosa reflexión! Cuando escuchamos un por qué, muchas veces escuchamos las causas que nos han llevado hacia o en una determinada dirección o acción. ¿Por qué estás leyendo, querido lector, este artículo?, y podrías responder con decenas de buenas razones: porque me parecía interesante, porque he sacado un hueco de mí tiempo libre, porque conocía al autor... Pero creo que lo que hace verdaderamente poderoso a un por qué, no es tanto la afirmación de las causas, como los verdaderos motivos, es decir, nuestras finalidades. En definitiva, nuestra afirmación más poderosa ante ese porqué nietzscheano, no respondería tanto a la pregunta de por qué como a la de PARA QUÉ.

Permíteme que, ahora, nos detengamos por un momento y te pregunte a ti, de manera personal, ¿para qué estás trabajando en tu compañía?, ¿para qué trabajas en lo que trabajas? Date, por favor, unos segundos, para resolver esta pregunta.

Si bien pienso que preguntar para qué, puede resultar al principio algo confuso, preguntar por qué puede resultar demasiado limitante. El por qué fácilmente nos retrotrae a decisiones pasadas, bien propias (trabajo porque necesito cubrir mis necesidades básicas, por ejemplo) o bien ajenas (estoy realizando este trabajo porque me lo ha encargado mi jefe, la compañía, determinado cliente...), pero decisiones ya determinadas y estáticas.

Si has confundido el por qué - causas - con el para qué - finalidades, el sentido de nuestras acciones-, por favor, vuelve a preguntarte para qué trabajas en esa compañía o realizas ese determinado trabajo y piensa en la finalidad: eso que quieres conseguir, ¿adónde te lleva?, ¿qué significa para ti?, ¿qué fin persigues para querer conseguir eso?

He hecho esta misma pregunta a, sino miles, centenares de personas en diferentes organizaciones. Como supondrás, las respuestas son de todo tipo y, normalmente, se contesta no al para qué (finalidades) sino al por qué (causas). Las respuestas que he obtenido las he clasificado en cuatro grandes bloques:

1. Las que atienden a la satisfacción de necesidades primarias (dinero, comer, sobrevivir...).
2. Las que hacen referencia a nuestro conocimiento y su desarrollo (trabajar en lo que he estudiado; aprender más de lo mío, mejorar en mi profesión, incluso, mejorar mi posición).
3. Porque me gusta (ese por qué curiosamente es distinto al para qué que le podría acompañar: para disfrutar).
4. Para sentirme útil, para servir a los demás.

Tras cada una de estas respuestas, igual que tras la tuya, lo que de verdad importa y, si quieres, desde un punto de vista utilitario, es si esa respuesta te sirve - nos sirve - para ponernos las pilas y actuar llenos de energía, para ser lo mejor que podemos llegar a ser y ofrecer a los demás lo mejor que podemos dar.

Cuando nuestras causas y las circunstancias que las rodean - tantas veces no elegidas - son, fundamentalmente, lo que nos impulsa, y a veces arrastra, a actuar, nos sentimos atados respecto a esas circunstancias. Vivimos desde la imposición, el deber, la presión.

El sentido, la finalidad, el para qué, nos abre un nuevo panorama. Acepta que la vida, el trabajo, las relaciones, nos ofrecen unas determinadas cartas, y tomamos la decisión de jugarlas de la mejor manera posible para... dar lo mejor de nosotros mismos, para sentirnos satisfechos y felices, sacar el mejor partido a lo que tenemos y nos ofrecen los demás, incluso, para honrar a Dios, el universo o la suerte, dependiendo de nuestras convicciones y creencias.

La elección de nuestro para qué, igual que de nuestra actitud ante a vida, el trabajo o las relaciones, es una decisión absolutamente personal, ahora bien, con un enorme impacto en nuestro trabajo u organización. Cuentan que David Packard, fundador de Hewlett Packard, se dirigía en una reunión a sus directivos en estos términos:

“En primer lugar, quiero hacer referencia al para qué existe una empresa. En otras palabras, ¿para qué estamos aquí? Creo que mucha gente supone, equivocadamente, que una empresa existe simplemente para ganar dinero. Si bien éste es un importante resultado de la existencia de una empresa, nosotros tenemos que ir más allá y encontrar las verdaderas razones de nuestra existencia. (...) Podéis mirar a vuestro alrededor y todavía ver gente sin otro interés que el dinero, pero los motivos que subyacen vienen del deseo de hacer algo más – hacer un producto, dar un servicio -. En general hacer algo con valor. Con estos pensamientos en mente, vamos a tratar sobre el para qué de la existencia de Hewlett Packard”¹

Cuando el por qué se convierte en un atractivo para qué, el qué - nuestros objetivos - toman más fuerza y un nuevo sentido; nuestra estrategia, ya no es sólo una cuestión técnica o táctica, deberá estar relacionada con el fluir, el disfrute y la positividad; el cuándo, será un auténtico deseo que nos impulse; el dónde, un lugar hacia el que ir, un atractivo imán; y, los quiénes y las personas, no sólo serán compañeros, sino estímulos constantes de una actividad en el contexto de una relación.

¹ Cardona P. & Rey C. *Dirección por misiones*. Ediciones Deusto, 2008

Preguntar por el para qué es preguntar por un sueño, un ideal, una pasión. Por eso, nuestra respuesta del para qué, supone tomar el pulso de nuestra verdadera actitud y motivación más profunda.

Aquellas personas que tenemos un amor, y nuestro para qué es su felicidad y cuidado, nuestra relación va mejor y el perdón es más rápido; aquellas personas que tenemos una empresa, y nuestro para qué es ayudar un poquito a que esta sociedad mejore, nuestro trabajo se hace más fácil; aquellas personas que tenemos una profesión y nuestro para qué es desarrollar y exprimir el potencial de nuestros clientes, nuestra profesión es un privilegio. La actitud, es el camino de una elección, y el para qué, es el sentido, la luz y guía de ese camino. Recordando nuevamente a Frankl: *“El ser humano no es libre de sus circunstancias sino para adoptar una postura frente a ellas”*. La respuesta, nuestra postura, depende de nosotros.

© Jesús Gallego Villanueva (Socio-Director de Capital emocional)
© Know Square S.L.