



PERSONA Political
Política) sociedad) on perso
Política) Política) Politic
Sociedad) Sociedad) Socie

Profesionales en busca de resultados: el valor del encuentro

Angelica Estrada Hernández¹

1 Universidad del Istmo, Guatemala. Ver más en nuestro link de Autores.

1. Planteamiento

Datos, porcentajes, cantidad de publicaciones, puntos de audiencia, tablas de interacción, incremento en utilidades anuales... Todo puede hacernos pensar que en la medida en la que la empresa o proyecto en el que estamos progresando, nosotros crecemos como profesionales. Esto puede ser cierto, en alguna medida. Sin embargo, vale la pena reconocer que podríamos encontrarnos en el peor año de nuestra historia, respecto a resultados cuantitativos, y al mismo tiempo tener las mejores lecciones como profesionales, es decir, no siempre las utilidades o los resultados cuantitativos traducen nuestra experiencia como profesionales o nuestro crecimiento personal durante el año.

Para analizar el tema, vale la pena iniciarlo preguntando: ¿de dónde viene esta exigencia por la perfección? ¿Por qué nos interesa tanto ser mejores? ¿Podrá esto estar influenciado por la competencia? ¿De dónde viene realmente la importancia que le damos a los resultados? La persona, a diferencia de los animales y plantas, no sólo se adapta al entorno, modifica y recrea su ambiente y todo ello desde la libertad. Para bien o para mal, los animales no pueden hacer más que lo que les dictan sus instintos, mientras que las personas somos libres, es decir, podemos actuar de diversos modos ante un mismo estímulo. Manifestamos nuestra libertad en la medida en la que nos acercamos sin ataduras a lo que realmente queremos: el bien y la verdad. Tenemos inteligencia, que busca la verdad, y disponemos de voluntad, que busca el bien. Además, poseemos ese sello único, "copy right" que le debemos a nuestro Creador que nos hace irrepetibles, personas novedosas y distintas y cada una abierta

en coexistencia con Él, con el Ser, capaces de amar y conocer, desde la libertad.

2. El trabajo como donación personal

El amor personal humano se traduce no sólo en generosidad que da, sino en generosidad que acepta: aceptar aunque no nos acepten. El aceptar es el inicio del dar¹. Puede decirse que somos seres que coexisten, que existen gracias a la recepción del don de la vida, del ser y que aunque existimos, parte de nuestra existencia se enriquece y complementa en la medida en la que nos acercamos a un actuar humano, conforme a la naturaleza propia, conforme al ser perfecto, porque somos seres siendo perfectibles, aún sin terminar, en proyecto. ¿Quiénes somos realmente? En la medida en que maduramos nos damos cuenta cómo el conocer personal, la libertad que nos lleva a buscar el sentido personal, aunque suponga esfuerzo, y nuestro amor personal nos llevan necesariamente a secundar el designio divino sobre nosotros. A lo que estamos llamados en definitiva es a amar: a aceptar y a dar. Esto es así porque somos personas, y es desde ese actuar conforme a nuestra naturaleza que nos perfeccionamos y nos acercamos o descubrimos nuestro sentido². La persona es aceptación. Nativamente es coexistente, y así se inicia en la búsqueda de su particular encuentro con su llamada.

El Ser es perfecto, es la perfección. No es sólo que Dios sea bueno, es que es la bondad; no es que sea cierto que exista, es que es la verdad. La persona humana

1 Cfr. Sellés, J. F.: *Antropología para inconformes*. Rialp, 3ª ed., Madrid, 2012, Capítulo 16.

2 Cfr. *Ibid.*, Capítulos 13-16.

está sedienta de perfección porque coexiste con el Ser y éste le llama a ser más con Él, a coexistir consigo, a la perfección. La persona humana es un ser perfectible. "¿De quién depende el ser personal que cada persona es? Su ser depende de Aquel de quien se lo ha otorgado. Pero como el sentido personal humano está todavía en proyecto, su sentido depende no sólo de quien se lo otorga, sino de quien se lo otorgará. El sentido de cada quién, de cada persona humana, está en Aquél de quién ella depende, a quien ella remite. Tal Ser es la referencia última de la persona humana, es decir, Aquel que es su fin: Dios; Dios personal susceptible de desvelar a cada persona su sentido personal"³.

El Ser entendido como el principio sin principio, Dios. Por el que todo existe y es. Ya que coexiste a partir de Él. Esta coexistencia, si lo pusiéramos en porcentajes: le brinda a la persona su 100% de posesión de su entero sentido, pero en proyecto, y sólo si lo acepta libremente. Con éste del 1%⁴ con el que inicia la búsqueda puede crecer hasta 99%, lo cual marca la sed de sentido divino. Esa sed de perfección, de ser más, viene de la coexistencia que le llama a ser, a amar, a valorar, a enriquecerse. "Al percatarme de que mi vida es una trama de ámbitos que he ido tejiendo en relación activa con otros seres, descubro que 'lo más profundo que hay en mí no procede de mí', decía Marcel; mi vida es un gran don que he recibido y sigo recibiendo en cada instante"⁵.

3. La perfección de la personalidad

El modo de ser (esencia) de la persona es distinto de su ser (acto de ser). Puede ser ordenada o desordenada, puntual o impuntual, buen o mal profesional. Puede vivir como humano o como inhumano... ¿Cuándo la persona realmente puede vivir como persona? ¿Cuándo manifiesta bien, de modo coherente, lo que está llamada a ser? Mejorando su inteligencia con hábitos intelectuales y su voluntad con virtudes.

De acuerdo con López Quintás, la persona es más feliz en la medida en que valora. De acuerdo a su nivel de encuentro con los valores. Y es que encontrarse es valorarse, valorarse es encontrarse. Encuentro enriquecedor es un pleonismo. Todo evento enriquecedor supone un encuentro. Si te empeñas en encontrar resultados valiosos, debes enfocarte en el encuentro.

Encontrarse y no sólo consigo mismo, con los seres inertes y vivos y con nuestros semejantes compor-

ta valoración, pero también cierto conocimiento propio. Por eso ver a los demás como personas enriquece, perfecciona. ¿Existe una buena persona que no sea un buen profesional? ¿Puede existir realmente un buen profesional que no sea buena persona, es decir, qué no luche al menos por ser mejor persona?

Un animal, una planta sigue su 'naturaleza', sus 'instintos', aunque haga daño, pues esa es su forma de ser. La persona, a diferencia del animal, con su libertad, puede o no acercarse o alejarse de su 'llamada'. Puede gritar en vez de hablar, morder en vez de perdonar. Puede o no reconocer el valor de su llamada y responder o no, y de responder puede llevarlo a cabo más o menos dignamente.

Si queremos autoevaluarnos debemos hacerlo de forma integral. Preguntándonos, además de los resultados, en qué nivel de encuentro conmigo y con los otros estoy. Si reconocemos la dignidad propia y la de nuestro ámbito. Si tenemos apertura hacia el ser de otros, si hemos, hasta el momento, respondido a la llamada a ser, si nos hemos encontrado como verdaderos seres humanos.

Para considerarnos buenos profesionales, además de cuantificar resultados o cumplimiento de metas, debemos considerar la medida en que nuestro comportamiento se asemeja a lo que estamos llamados a ser. Y otro tanto cabe decir respecto de los demás, pues "sólo cuando conocemos y reconocemos la honda dignidad de una persona, podemos crear una relación de encuentro con ella"⁶.

Tal "encuentro no se reduce a una relación de mera vecindad; implica una voluntad decidida de perfeccionarse mutuamente y crear un modo elevado de unidad"⁷. Es conveniente, por tanto, tratar al cliente, audiencia, lectores... como lo que son: seres humanos, personas diferentes a otras, que merecen ser aceptadas, queridas, que merecen sinceridad, amistad. Y si lo que esperamos es comunicación y creatividad, con mayor razón.

4. La creatividad y el encuentro

"Sentirse inspirado es verse vinculado libremente a una realidad que nos ofrece posibilidades de realizar una actividad creativa"⁸. El cambio constante de la tecnología, de los mercados y las comunidades nos hacen reconocer la importancia de la innovación y la creatividad. No se concibe un buen profesional que no sea creativo. La creatividad no es magia, casualidad o buena suerte,

3 Cfr. *Apocalipsis*, II, 17.

4 En referencia a un porcentaje en proyecto de existencia, pero este podría tratarse de un 2%, 5%, etc.

5 López Quintás, A.: *El secreto de una vida lograda*. Palabra, Madrid, 2003, p. 118.

6 *Ibid.*, p. 41.

7 *Ibid.*, p. 107.

8 *Ibid.*, p. 85.

sino una virtud. La capacidad de descubrir formas originales de encuentro es creatividad. Se trata de dialogar con el entorno, ver más allá de lo que todos ven.

Tener una actitud innovadora, creativa, supone muchas veces romper esquemas, dejar de juzgar, aceptar, tener apertura. “Se supone que mientras más adultos somos, más serios debemos ser. Trabajar duro, ser productivos, es la norma. La inversión se hace en planificar y preparar el futuro y se deja a un lado la experimentación y exploración del presente. Con la presión por mantener la imagen de maduros muere la curiosidad y la creatividad. Renunciamos a jugar y nos enfocamos en producir... nuestra actitud cambia, aprendemos a juzgar y a rechazar ideas nuevas”⁹.

Muchas personas viajan a países lejanos, se van de turismo para encontrar nuevas ideas. Está bien, es muy recomendable. Sin embargo, se puede preguntar: ¿Serán los colores, las texturas, el paisaje nuevo lo que les llena de creatividad? ¿Es real o es acaso la actitud de apertura que se genera, al encontrarse en un lugar nuevo? Si tuviéramos la misma paciencia con el que tenemos al lado que la que tenemos con el extranjero, posiblemente el campo de juego creativo sería distinto. Aceptaríamos con más apertura sus ‘extrañezas’, sus diferencias respecto de nosotros, y en vez de verlas como obstáculos, las tomaríamos como puntos de encuentro, de conocimiento, de edificación.

En un estudio citado en el libro *InGenius*, de la especialista en creatividad Tina Seelin¹⁰, menciona un estudio con artistas, donde les pedían realizar una actividad creativa. Mientras lo hacían la región del cerebro que se encarga de realizar los juicios no trabajaba. La actitud de apertura, el aceptar sin juzgar, es el primer paso para una actitud realmente creativa, innovadora. Se trata de una virtud necesaria para la labor profesional actual. En la medida en que esta actitud de apertura crece, el encuentro se da: “Tú me ofreces tu experiencia, tu capacidad de discernimiento, tu voluntad de clarificar un problema, y yo hago lo mismo contigo. Merced a este intercambio de posibilidades, creamos un espacio de comunicación, de ayuda, de clarificación, y en él se supera la escisión entre

el dentro y el fuera, lo mío y lo tuyo. Al hacer juego los dos, tú no estás fuera de mí y yo de ti; tus éxitos son mis éxitos; tus problemas son mis problemas”¹¹.

Ir a una sesión de trabajo o proyecto a presentar tu idea creativa y no ser aceptado del todo puede ser una experiencia frustrante. Con todo, puede ser enriquecedora en la medida en que la utilizas para establecer una relación. “La conciencia clara de que necesitamos cuanto nos rodea -sobre todo, las personas- nos lleva a superar la tentación de altanería. El altanero o soberbio se cree autosuficiente, y no admite que pueda depender de los demás”¹². No es ganar una cuenta o colocar tu idea como perfecta; es el encuentro. Es enfocarse en el encuentro con el cliente, la audiencia, etc. En el encuentro, en el diálogo, en el campo de juego que se recrea desde la apertura hay más posibilidades reales de resultados valiosos. Las respuestas que pueden llevarnos a encontrar realmente el problema que se quiere resolver nos vuelven más creativos; a la par, las posibilidades de encuentro y de nuevas oportunidades se incrementan.

“Albert Einstein es citado por haber dicho que si le dieran una hora para resolver el problema y su vida dependiera de ello, dedicaría los primeros 55 minutos determinando la pregunta apropiada para preguntar. Una vez con la pregunta indicada, el problema podría resolverse en menos de 5 minutos”¹³. Una vez establecido el canal para el diálogo, el encuentro, éste revela oportunidades nuevas, respuestas. De esta forma, las preguntas se responden solas, la innovación y las nuevas ideas solucionan realmente el problema. Se encuentra la pregunta indicada a partir del encuentro generado por la apertura, que es permitida no por el afán de ganar, de ser el mejor o dominar, sino por el encuentro, en la relación real, en el diálogo. “Cuando tienes empatía, cambias el esquema de referencia, mueves la perspectiva desde la visión de otra persona, en vez de ver el problema desde tu propio punto de vista y te enfocas en el punto de vista del usuario (cliente, audiencia...etc.)”¹⁴.

Patch Adams, en la película sobre su vida, menciona que si un médico se enfoca en la enfermedad hay

◆ “La comunicación, la publicidad y cualquier acción profesional que fomenta una actitud irreverente frente a la vida, la familia, el amor verdadero o los demás, destruye o al menos no adensa ámbitos. (...) Tener una empresa y tener muchos ‘amigos’, infinidad de clientes, contactos, tampoco es un parámetro de logro, ya que el verdadero éxito humano se mide a partir de cuán cerca estamos de ese llamado a ser humanos desde nuestro ser perfectible”.

9 Seelin, T.: *InGenius. A crash course on creativity*. Trad. de A. Estrada Hernández, Primera Edición, Harper One, Estados Unidos, 2012, pp. 7-8.

10 Ph.D. en Neurociencia, catedrática en Standford.

11 López Quintás, A.: Op. cit., p. 109.

12 Ibid., p. 120.

13 Seelin, T.: Op. cit., p. 19.

14 Ibid., p. 21.

dos opciones: ganar o perder, que muera o que viva. Mientras que si se enfoca en la relación, en hacerle al paciente la vida más Vida, sólo hay una opción: ganar. El secreto está en la relación: el encuentro. Éste se realiza mediante el diálogo, con la comunicación. Comunicar no es solo hablar o gesticular, pues eso de alguna forma pueden hacerlo los animales. Comunicarse realmente implica intercambio de ideas. Las palabras están al servicio de las ideas; las ideas al servicio de la inteligencia y la voluntad. Las anteriores supeditadas al amor y a la verdad, al amor a la verdad, al Ser¹⁵, a la perfección. "Sin voz no hay lenguaje, pero el lenguaje no se reduce a la voz. Con la voz articulada aparecen nuevos sonidos que el animal puede aprender si tiene oído. ¿Cuándo la voz articulada es lenguaje? Cuando a ésta se le añade un significado que no es natural sino convencional. Lo convencional es la palabra"¹⁶.

Comunicar una mentira no tiene sentido, anula su propósito, comunicar odio o falta de respeto, igual. La comunicación es en sí misma un reconocimiento de que el otro existe y merece mi respuesta, mi diálogo, mi apelación, mi palabra. De la misma manera en la que un piloto o un pianista se transforman con el avión o con el piano y dejan de ser lo que eran: simples personas, y se convierten en pilotos o pianistas, la persona sólo se puede descubrir como persona, cuando establece con el otro vínculos reales. Cuando comparten un ámbito, cuando se encuentran. Y lo anterior no sólo con su audiencia sino con sus jefes y/o clientes, con quienes deberá establecer un vínculo para responder, bajo los valores compartidos de la empresa, con soluciones creativas.

Por ello es importante la selección del cliente. No basta comunicar por comunicar. Por ejemplo: la publicidad sirve, funciona, invita y promueve. La publicidad puede cambiar para bien o para mal el mundo. Un "pásame un cuchillo" no es igual para un carnicero, que para un asesino. Si colaboro pasándole el filudo material a mi cliente... en algo seré co-autor. Pensar que no es importante seleccionar bien la marca para trabajar o el cliente, es pensar que el trabajo no es eficiente o que da igual hacerlo de un modo u otro porque no influye. Se debe estar al tanto de las consecuencias que seguro generarán los mensajes, productos o servicios que generamos. "Cuando compartimos una ocupación poco relevante, nos unimos de modo superficial. Si nos consagramos a una tarea sobresaliente, nuestra unión adquiere una claridad muy alta. Lo que más nos une en la vida es perseguir conjuntamente metas elevadas: hacer el bien, crear obras bellas, colaborar en labores fecundas"¹⁷.

15 Como se hizo referencia anteriormente, cuando nos referimos al Ser con mayúscula se habla de Dios. Desde donde todo coexiste a partir de Él.

16 Sellés, J. F.: Op. cit., p. 426.

17 López Quintás, A.: Op. cit., p. 122.

5. El feed back de nuestro trabajo

El trabajo profesional de unos modifica la forma de vida de otros. Esto puede observarse en la influencia de la publicidad pues gracias a ella el agua gaseosa, el café o el perfume dejan de ser simples cosas y se convierten en espacios de juego con significados distintos. La buena publicidad, la buena comunicación permite que recreemos nuestra realidad -sin relativismos- y veamos en ella nuevos espacios para dialogar y encontrar nuestro sentido. No es un simple café, es el café de las montañas cultivado por mi gente. No sólo me tomo una taza de agua oscura: apoyo, me aúno, me transporto a la montaña y me transformo. Dejo la indiferencia y me conecto. No como una masa sin nombre, sino como un alguien que reconoce el valor detrás de la taza.

Estamos hechos para el bien, para valores grandes, el valor más grande es el Ser puesto que nadie puede existir si no coexiste. El Ser, es decir Dios, es el principio vital, el origen y el fin, la perfección. Cualquier comunicación o diálogo que no tome en cuenta, al menos como parámetro de valor supremo, esta premisa se queda corto. Separar el actuar humano de su fin último, de su perfección, de su llamado al actuar conforme a su naturaleza hace que éste pierda su sentido.

La comunicación, la publicidad y cualquier acción profesional que fomenta una actitud irreverente frente a la vida, la familia, el amor verdadero o los demás, destruye o al menos no adensa ámbitos. No puede llamarse profesional porque no es un actuar propio humano. Aleja a la persona a lo que está llamada y esa destrucción de vínculos no puede considerarse un éxito, un valor, un logro. Tener una empresa y tener muchos "amigos", infinidad de clientes, contactos, tampoco es un parámetro de logro; ya que el verdadero éxito humano se mide a partir de cuán cerca estamos de ese llamado a ser humanos desde nuestro ser perfectible. "Una persona humana carece de sentido aislada de las demás personas. Pero el sentido último de cada persona humana no está en las demás (personas) humanas, sino en su origen y fin"¹⁸.

Los profesionales estamos hechos para la verdad. "Ahora es pertinente añadir que sin ética y sociedad el lenguaje no es tal, porque si el lenguaje no habla con veracidad y entre humanos carece de sentido. Un engaño lingüístico completo equivaldría en el hombre a no hablar, porque de nada le valdría hacerlo"¹⁹. La verdad presenta infinidad de oportunidades de encuentro. Un descubrimiento rico, variado, recreativo, edificante, que llena de alegría. Si conseguimos un 'éxito' a base de men-

18 Sellés, J.F. : Op. cit., p. 451.

19 Ibid., p. 423.

tiras, con pretexto de un mensaje publicitado o ‘mercadeado’ no puede considerarse logro, ya que la publicidad es comunicación y como tal está hecha para la verdad, para transmitir la verdad. Cualquier publicidad a base de mentiras carece de sentido. Puede valerse de hipérbolos, de metáforas pero nunca de mentiras.

El verdadero reto es ver más allá de utilidades, acciones, clientes nuevos o contactos generados, cómo todo ese trabajo y esfuerzo me ayudó a encontrar mi fin último, cómo me acercó a la verdad, a la unidad, a la perfección de mi actuar profesional, de mi actuar humano.

Si se buscan buenos resultados, se debe, además de examinar las metas cuantitativas cumplidas, estudiar los encuentros. Las personas no estamos hechas para nosotras mismas, estamos hechas para encontrarnos con otros: “Persona simpática, en sentido profundo, es la que sintoniza con los demás, al modo como hacen los buenos intérpretes con las obras musicales. Son independientes entre sí, pero al entrelazar sus posibilidades, acoplan su actividad de tal modo que crean una bella armonía y configuran una estructura sumamente expresiva. La simpatía es una condición que podemos y debemos adquirir. Lo que suele llamarse simpatía natural -gracia, expresividad, facilidad de comunicación- no nos dispone al verdadero encuentro, si no vibramos interiormente con quien solicita nuestra ayuda y compartimos de alguna forma su destino”²⁰.

El fundamento, el valor lo encontramos en las cosas con significado, con sentido; las instituciones dejan de ser un elemento externo fiscalizador para ser parte de nosotros, para configurararnos y dejarnos ser, desde su estructura que nos conforma. “Los seres humanos no tenemos un solo centro, sino dos, el yo y el tú, o -dicho con mayor amplitud- el yo y los ámbitos de nuestro entorno. Yo vivo como persona cuando me abro a otras personas y creo con ellas relaciones de encuentro; cuando contemplo obras artísticas y las hago íntimas, en cuanto las convierto en el impulso de mi actividad estética; cuando me adhiero a ciertas instituciones y contribuyo a configurarlas al tiempo que ellas me configuran a mí”²¹.

mar en cuenta resultados cuantitativos, acciones externas, clientes, utilidades, etc., debemos considerar cómo todo ese esfuerzo, escritos, viajes, desvelos, nos han convertido en la persona que estamos llamados a ser.

Vivir como personas, encontrar nuestro sentido, descubrir aquello a que estamos llamados y vivir para ello implica encontrarnos con el entorno, con la institución en donde trabajamos, con los clientes.

Los animales no se preguntan por su sentido, solo siguen sus instintos y caminan hacia donde encuentran más placer, más comida y seguridad. Evaluar el éxito por la cantidad de comodidades adquiridas no eleva, reduce. Nosotros estamos hechos para encontrarnos, para ver más allá, observar de forma creativa las realidades. Para configurararnos en un vínculo nutricional con los valores que nos ayudan a encontrar quiénes somos, para qué estamos hechos y eso le brinda sentido a nuestra vida, nos orienta a lo que estamos llamados a ser. Nos ayuda a vivir como personas, a encontrarnos.



6. En síntesis

Para evaluar nuestro desempeño, además de to-

20 López Quintás, A.: Op. cit., p. 117.

21 López Quintás, A.: *Experto Universitario en Creatividad y Valores*, Primer Curso, Lección 5, www.escueladepensamientoycreatividad.org