

Claves filosóficas para ser más feliz en el trabajo.

Es hora de reivindicar nuestras mejores armas 'humanas'

IRATXE BERNAL

Si uno de esos días en que nos quejamos del trabajo o los compañeros cualquiera de nuestros amigos dijera que nos lo tomemos con filosofía, lo más probable es que pensemos que nos están recomendando ponernos una coraza y pasar un poco de todo. De hecho, es fácil que el consejo llegue acompañado de un «no te lo lleses a lo personal», «el trabajo es sólo trabajo», «si a los demás no les importa...». Pero también cabe otra posibilidad; puede que nuestro interlocutor de verdad nos esté animando a cuestionárnoslo todo –incluso a nosotros mismos– y aplicar el pensamiento crítico (crítico desde el punto de vista filosófico, no crítico) al día a día. «Si lo entendemos así, la actitud filosófica sirve para reivindicar la buena vida laboral», explica la filósofa y experta en recursos humanos Pilar Llácer, que acaba de publicar el libro 'Por qué deberías tener a un filósofo en tu empresa' (Almuzara).

«Tener una buena vida laboral puede parecer una contradicción, pero no sólo es posible; es además algo por lo que ahora mismo hay que esforzarse. Nuestro tiempo está marcado por la velocidad y la artificialidad de unos algoritmos con aparente inteligencia, que parecen saber en todo momento lo que nos apetecer hacer, ver, consumir e incluso con

quién relacionarnos. Nos prometen una eficiencia que el más listo de nosotros nunca podrá alcanzar por lo que puede parecer que nuestras habilidades humanas están en cuestión. Por eso es el momento de reivindicar algunos de nuestros éxitos como especie que nos han distinguido frente al mundo animal y, ahora, al artificial», subraya para enumerar algunos de los «rasgos del pensamiento filosófico» que deberíamos adquirir y quedarnos ya para siempre.

Parar para pensar

«Hay que dejar la aptitud ejecutiva (hacer, hacer y hacer) para estacionarse y reflexionar. No hablo de detenerse, que es algo que nadie puede permitirse, pero sí apartarse un momento, poner los

intermitentes y pensar a dónde nos dirigimos y cómo estamos empleando nuestros recursos», aconseja poniendo un ejemplo muy claro de algo –o alguien– que requiere ese esfuerzo.

«Ahora mismo todas las empresas se encuentran ante dos grandes desafíos que lo están cambiando absolutamente todo. Uno es la tecnología y el otro son los jóvenes. En parte precisamente por influencia de la tecnología, son radicalmente distintos a los de generaciones anteriores; se atreven a decir lo que sea a quien sea, no pasan por que se les trate como un número y se comprometen con la empresa o el proyecto únicamente mientras les parezca atractivo».

Para el resto de los compañeros y, sobre todo, para los jefes de

mediana edad son todo un reto porque «arrastramos comportamientos, sobre todo en lo relacionado con el liderazgo, que no se corresponden con la sociedad en la que estamos». «Pensemos que hay que ganárselos porque, entre otras cosas, son el reflejo de la sociedad. Nuestros clientes también están cambiando y son o serán como ellos», señala Llácer, recientemente nombrada vicepresidenta de cultura y personas de la consultora Both.

Sé curioso

«El legado, el pasado, tiene que ser importante, pero no debe determinar ninguna decisión», afirma la experta. «Desde un punto de vista filosófico ser curioso básicamente significa que nunca dejes cuestionarte si lo que siempre se ha realizado de la misma manera de verdad funciona ahora», nos anima.

Como amigos

«La lealtad mal entendida muchas veces ha ocultado comportamientos que no eran adecuados. Yo no quiero gente leal en

mi equipo; quiero gente que tenga mis mismos valores, que me diga la verdad y me saque de mis errores como hacen mis amigos. Ya sé que tener amistad con los compañeros de trabajo es algo que se ha perdido, pero en la empresa es frecuente que haya conflictos, y siempre es más fácil resolverlos desde la amistad», insiste.

«Arrastramos modos de liderazgo que no son acordes con la sociedad en que estamos»

Nada de soberbia

«La humildad puede parecer un rasgo poco habitual en las empresas, pero en realidad solo significa escuchar, mostrar cercanía. Esto es algo que los jóvenes valoran mucho», explica.

Puede que, efectivamente, los compañeros jóvenes tengan mucho por aprender, pero quizá no sea lo mismo que tuvimos que aprender nosotros.

Predica con el ejemplo

«Esto es fundamental, pero sobre todo para los jefes y muy especialmente de cara a esos trabajadores jóvenes. No sólo aprendemos por los conocimientos que nos dan o adquirimos; sobre todo lo hacemos por los hábitos que vemos en quienes nos rodean y que consideramos buenos o malos y ahí se presenta el horizonte de la ética», señala Llácer.

Échale imaginación

«La creatividad es eso que desde pequeños se empeñaron en que no desarrolláramos y que, sin embargo, hoy que la tecnología es capaz de imitarnos, va a ser fundamental. Es como la intuición, algo que hay que reivindicar en estos tiempos en los que los algoritmos parecen que nos van a sustituir».

