



knowsquare .

ELÍAS RAMOS

20 DE FEBRERO DE 2013

A PROPÓSITO DEL PREMIO

MÁS ALLÁ DEL MANAGEMENT

ARTÍCULO

knowsquare .

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa del Autor
y Know Square SL

Hace años, deben ir para veinte, publiqué en la **Harvard Deusto Business Review** un artículo sobre comunicación. Al parecer, la definí de forma sencilla y eso me hecho merecedor de un sitio en el denominado “**Rincón del Vago**”. Incluso, algunos la han utilizado para alguna tesis, según veo en Internet.

No pretendo con ello hacerme un hueco en la historia de la comunicación; solo difundir, como entonces, que la comunicación, además de ser sencilla, es necesaria. Un buen ejemplo de ello es el **Premio Know Square al Mejor Libro de Empresa**, el proceso para llegar a una decisión final y la entrega del mismo.

La organización, el Consejo Editorial de **Know Square**, no eligió un jurado; simplemente propuso a los que formamos parte de ésta modesta experiencia lanzada y liderada por **Juan Fernández Aceytuno** el apuntarnos al mismo con la exclusiva petición, por resumir las normas, de leer los libros que mandaran las editoriales, declarar nuestras posibles incompatibilidades y mantener una cierta disciplina a la hora de guardar el calendario para que el premio pudiera entregarse en la fecha prevista del 31 de enero.

He formado parte de ese jurado y puedo asegurar que todos los componentes del mismo hemos cumplido los compromisos citados, además de calificar y esperar con la misma inquietud de los que optaban al premio o quienes los representaban.

Conocí el resultado el día después porque no asistí al acto de entrega. A raíz de la celebrada el año pasado escribí una crónica que titulé siguiendo una de las brillantes y divertidas intervenciones que allí escuchamos.

Como la experiencia del año pasado fue positiva estaba empeñado en ver la grabación del acto y ello también me ha generado una cierta ansia de escribir. No exclusivamente sobre el acto, sino también sobre el fenómeno que se ha producido al hilo y trayectoria de las reuniones del jurado donde, a mi entender, además del empeño desplegado por todos, ha destacado el fenómeno de la comunicación en estado puro y eso no es muy frecuente.

Que los libros despierten esa forma de demostrar que existimos en un entorno dominado por la globalidad, el fenómeno de la Tierra plana –sin fronteras- y el brutal volumen de información que recibimos todos los días, que es lo que define la globalidad, merece una reflexión.

Leer libros y comentarlos en público no parece que sea un descubrimiento. Cuando la mayor parte de la población no sabía leer, los privilegiados que si lo hacían los leían en voz alta y así se transmitió el saber además de despertar muchas curiosidades que, a su vez, es lo que genera nuevas lecturas, al ánimo de aprendizaje y, en consecuencia, el desarrollo.

Es decir, la comunicación se convierte como por arte de magia en el verdadero motor de la evolución humana. No deja de ser curioso que la comunicación, que es innata a todos los seres vivos, sea lo que diferencia la irracionalidad supuesta de los animales de la racionalidad supuesta de los humanos. Lo común nos hace diferentes al resto de los seres vivos. Una paradoja de las grandes.

Pensar, a pesar de lo que escribió Descartes en su Discurso del Método, no es lugar común de la existencia para la persona. Probablemente, la diferencia está en que unos comunican por necesidad y otros, que somos nosotros, por necesidad para sobrevivir y evolucionar.

Más allá de las reglas impuestas por el *management* actual o de un reciente pasado, el libro premiado, “**El japonés que estrelló el tren para ganar tiempo**” apunta en esa dirección. El autor, **Gabriel Ginebra**, ya había teorizado sobre la incompetencia, que es la base del libro ganador pero, en mi opinión, su valía está en el valor de la comunicación en la empresa. Como él, odio los *power point* y las reuniones para no ir a ningún sitio, dos ejemplos de la “descomunicación”, esa que tantos efectos perversos tienen para ellas y las personas que forman parte de las mismas. *Management* en estado puro.

Por eso creo que el jurado se ha decantado en esa dirección. Todos los miembros del jurado trabajamos en o para empresas y las sensaciones que percibimos es que en las organizaciones atisbamos descubrimos falta de objetivos globales. Esos que hacen completa a la persona como tal. Es eso, en la aparentemente simple lectura de los libros y en el debate abierto, lo que explica la reacción del jurado.

Sé que pecho de indiscreto, pero creo que no está mal desvelar que, además de embarcarnos en la aventura de leer estos libros, lo esencial ha sido el descubrir que en la comunicación fluida está el secreto de la satisfacción alcanzada por haber alcanzado el objetivo propuesto y haber generado un espíritu colectivo de colaboración que me ha traído a la mente el final de aquella película inolvidable que es Casablanca: el principio de una buena amistad.

Nadie sabe lo que fue de **Rick** y del capitán **Renault**, pero todos entendimos que la historia no se acaba. La nuestra, la de los premios, ha concluido por este año, pero todos sabemos que no es el final. No hay ruptura porque sabemos que muchos escribirán nuevas teorías y contarán experiencias. Unas nos harán recordar y otros, los menos, nos señalarán nuevos caminos por donde avanzar y evolucionar.

Eso es el objetivo final de la comunicación: mostrar nuestras necesidades y contar como las alcanzamos o las podemos alcanzar. De ahí que sea tan perversa para muchos. Dicen que quien tiene la información, tiene el poder. Me interrogo sobre esta cuestión y llego a la conclusión de que no es del todo verdad. No tiene el poder el que tiene la información, sino el que es capaz de comunicar.

Las sociedades más avanzadas son las que han sido capaces de dejar y favorecer los procesos de comunicación. Estos, no nos engañemos, son los que crean vínculos. De ahí la “rebelión” de **Gabriel Ginebra** y de ahí, muy probablemente, que el autor más señalado haya sido el filósofo **José Antonio Marina**. Creo que el premio ha sido un excelente barómetro del estado de la cuestión en el *management* actual.

Tampoco es casualidad que hayan quedado finalistas “**Lo que ahora importa**”, de **Hamel** y “**Por qué fracasan los países**” de **Acemuglu** y **Robinson**. Tres libros y un autor más cerca del humanismo que de otra cosa. No debe ser ninguna casualidad. La sociedad está cambiando y, aunque muchos no lo crean, está escrito en los libros.