

¿Qué se aprende de un padre?



—por CLAUDIO PIZARRO—

Dos hijos y un nieto despiden a su padre y abuelo al fin de su vida de casi 90 años. Ellos dicen: fue un hombre bueno, porque sus decisiones y acciones estuvieron guiadas por la moral, en la búsqueda de un comportamiento virtuoso; fue un hombre sensible, conectado con sus emociones y, por lo tanto, con las de los demás, sin necesariamente expresarlas, pero sintiendo profundamente; y fue un hombre ordenado, lo que le permitió vivir hasta el último día con sus ahorros de toda la vida.

Nadie habló de sus logros materiales ni profesionales, los que no existían de manera manifiesta, solo de su humanidad. En muchos sentidos era un hombre común y corriente, pero que murió tranquilo, acompañado de sus hijos, nietos, hermano y amigos.

¿Qué tiene que ver esto? Mucho, porque en la medida que la tecnología avanza, y lo viene haciendo en forma acelerada con resultados notables (Pinker, 2018) desde principios del siglo XIX -qué decir del desarrollo de la inteligencia artificial-, es más necesario que nunca que las humanidades y las ciencias sociales estén presentes en el proceso de toma de decisiones estratégicas de las empresas y de los gobiernos.

Hoy es más difícil comprender la complejidad que enfrentamos en materia de: interés de los jóvenes profesionales para compatibilizar vida personal y laboral; necesidades de comunidades vulnerables que son vecinas a empresas millonarias; y construcción de organizaciones que cuiden la equidad dentro de las empresas en materia económica, social y de género; entre otras dimensiones. Lo indicado poco tiene que ver solo con la teoría económica y competitiva, sino que también con la capacidad de comprender las complejidades del ser humano, su comportamiento e interacciones, en particular, todo lo relativo a bienes comunes, es decir, lo que nos atañe a todos los que somos parte de una

comunidad.

La dirección superior, directorio y gerencia, está llamada a tener una mirada más amplia y comprensiva de estas complejidades, tal como días atrás lo señalaba Pérez Mackenna y antes Santa Cruz. No pensemos ni por un minuto que nuestro éxito se debe exclusivamente a nuestras aptitudes, sin considerar a todos los que nos ayudan en el camino, como ese padre que aportó en forma anónima a muchos. Young (1958) y Sandel (2020) lo han dicho claro, y solemos confundirnos en esta materia: si no construimos comunidad desde las empresas, no hay opción de darle sostenibilidad económica al negocio en el largo plazo sin considerar a los que nos rodean, y eso requiere humanidad.

Nuestro continente tiene una historia, en particular el siglo XX, que no se caracteriza por líderes que hayan encarnado a hombres buenos, humanistas. Los casos de Brasil (Vargas) y Argentina (Perón) ilustran políticos que construyeron democracias sin pensar demasiado en el bien común, sino más bien en los intereses personales de líderes con vocación autoritaria y populista (Gránés, 2022).

Sin la participación relevante de profesionales formados en humanidades desde el colegio, las empresas y gobiernos tienen un futuro oscuro, porque no serán capaces de procesar ni enfrentar los desafíos mayores que viven: tecnológicos, ambientales, sociales, demográficos, políticos y culturales.

Las humanidades en el directorio y en la gerencia son un imperativo para viabilizar las empresas y la sociedad misma, porque no existe el éxito individual -personal y empresarial- en una sociedad fracasada. Necesitamos más hombres buenos y ellos tienen un premio, mueren con afecto y dignidad. Adiós papá.

Profesor adjunto de ingeniería industrial en la Universidad de Chile y managing partner en CIS Consultores.