

EL TÓPICO DE LA SEMANA POR PILAR CAMBRA

Si en los 'buenos tiempos' la noble ambición profesional puede confundirse con la inmoderada sed de poder, en los malos es uno mismo el que tiembla ante el sano instinto de aspirar a más.

Quiero un poco más

El momento culminante de una de las obras también esenciales –del que podríamos llamar canon– de Charles Dickens, *Oliver Twist*, se halla, sorprendentemente, al comienzo del relato...

Conocen de memoria ese momento esencial cuantos hayan leído la novela o hayan visionado sus magníficas versiones cinematográficas. Pero, vamos, si a ustedes no les molesta voy a resumir ese instante de la narración de Dickens que es como el núcleo que, al hacer explosión, marca toda la trayectoria vital del huérfano protagonista: nos hallamos en el comedor –más apropiado sería denominarlo “comedor”– del tétrico orfanato en el que vive, a duras y grandes penas, Oliver Twist... Los niños tratan de sacar su vientre de mal año rebañando en sus cuencos una especie de grumoso puré en el que puede imaginarse fácilmente que una harina llena de bichos se mezcla con agua sucia... El hambre de los huérfanos es tal que llega un día en el que los pupilos están dispuestos a plantar cara a las odiosas, viles, crueles y mezquinas autoridades de la institución; pero, como su miedo casi supera a su hambre, deciden que uno de ellos se sacrifique por todos, que un solo huérfano los represente y caiga sobre él lo que tenga que caer, que se prevé tremendo... Y le toca a Oliver Twist.

El niño, tembloroso y dando traspies, se levanta de la mesa cuando se ha comido la primera ración de bazofia y avanza, vacilante y con su cuenco vacío, hasta el frente del comedor donde se hallan el Caldero de engrudo y el cancerbero que manda en el orfanato... Oliver alarga el cuenco que sostienen sus manitas temblorosas y dice: “Señor, ¿puedo tomar un poco más?... ¡Quiero más!”

Sin poder creer lo que está escuchando, la impensable insubordinación, la inaceptable ambición de comida de Oliver, el cancerbero le hace repetir la petición en voz más alta; y, cuando Twist la reitera en medio del silencio expectante y aterrado de todos sus compañeros, se inicia el horrible calvario de la criatura... Con aquel “¡quiero más!”, con aquella justísima ambición de nutrirse –aunque sea de bazofia–, Oliver Twist parece haber sellado un destino fatal, terrible... Y así es durante largos y largos capítulos de la novela.

Pero al final... Resulta que, al final, el “señor, ¿puedo tomar un poco más?”, la petición-ambición que Oliver presenta en nombre de sí mismo y de todos sus compañeros desemboca en justicia, verdad y felicidad.

Y el caso es que, en tiempos turbulentos, difíciles, inciertos, complejos para la



En ciertas épocas la noble ambición queda oculta en el baúl del temor

economía, los negocios, las empresas y el trabajo, el ambiente profesional tiene algunos rasgos que lo asemejan a los del “comedor” del orfanato descrito por Charles Dickens: silencio atomizado, resignación, conformidad con lo que venga y se nos dé... Aunque los *currantes* suframos hambre y sed de justicia, de promoción, de oportunidades de desarrollo... ¡Como se nos ocurra ir con el cuenco a la autoridad competente y decir “señor: quiero un poco más” estamos seguros de que nos la jugamos, de que nos la vamos a cargar con todo el equipo!...

Por eso, en ciertas épocas, ese poderosísimo motor del buen trabajo, de la superación de uno mismo, que es la noble ambición de todo profesional, de todo trabajador digno de tal nombre, queda plegado y oculto en el baúl del temor, del miedo, de la vergüenza, del “no me atrevo”.

¡Pues muy mal!... Muy mal por parte del profesional, en primer lugar; pero tal ocultación –o anulación– de la ambición tampoco dice mucho a favor de la empresa en la que el profesional presta sus ser-

vicios. Afirman que donde hay confianza, da asco... Pero donde de verdad da asco es allí donde reina el miedo, la cobardía, la “autocensura” del profesional.

Lo que sucede es que, en demasiadas ocasiones, decimos “ambición” e, inmediatamente, se nos viene a la cabeza la imagen del “trepador”, del prepotente, del que pretende conseguir sus objetivos a base de peloteo y demás métodos arteros; y, además, solemos unir en matrimonio indisoluble a la “ambición” con el “dine-

ro”... ¡Pues no!: la verdadera, noble, imprescindible ambición laboral, profesional, se refiere a las oportunidades para mejorar nuestro trabajo y el de los demás; y, por tanto, a solicitar los medios, las oportunidades, los caminos gracias a los cuales avanzaremos. Un profesional puede y debe ambicionar determinado tiempo para lograr un propósito, un objetivo que beneficiará a toda la empresa; o un cambio de responsabilidades que ponga más en valor sus aptitudes y sus conocimientos.

Lo que yo entiendo por ambición no debería achicarse, anularse cuando los tiempos vienen duros. Al contrario: es el momento de los Oliver Twist que extienden valerosamente su cuenco con un “señor: quiero un poco más de espacio, de aire, para seguir haciendo realidad mis sueños. Y los de esta empresa”.

EL OJO CRÍTICO**José Manuel Casado**

Presidente de 2.C (Casado Consulting)



Los ladrones del talento

En los tiempos que corren algunos jefes parecen aún menos respetuosos, más déspotas y tóxicos con sus ahora amedrentados colaboradores, que lo eran en las épocas de bonanza, porque en esta situación de incertidumbre los profesionales están dispuestos a aguantar más con los comportamientos poco morales de sus jefes. De seguir así continuaremos descendiendo en las clasificaciones mundiales que miden la calidad directiva. La española, según el Foro Económico Mundial de Davos, se sitúa en un lamentable puesto 32. A tenor de cosas como la que voy a contar, no me extraña.

Hace unos días, en una comida, unos amigos me comentaban hablando de su jefe directo: “No te puedes imaginar qué tipo de jefe es; hace ostentación permanente de su poder, e incluso nos hace que le escribamos artículos para los medios de comunicación que él luego firma con su nombre y se queda tan pancho”. Pero además, según me relataban, ese jefe es incapaz de escribir un artículo que tenga más de un párrafo, porque, al parecer, comete faltas de ortografía hasta cuando habla.

¿Verdad que le cuesta trabajo crearlo? A mí también, pero ellos lo aseguraban ‘a pies juntillas’ y yo, que tengo algo de experiencia en eso de ‘hacer de negro’, me lo creo absolutamente. La persona de la que hablaban es uno de esos directivos que son verdaderos ladrones del talento porque, sin ningún tipo de escrúpulos, se apropian de las ideas de los demás, estén escritas o no. Todo ello me lleva a cuestionarme si los directivos llegamos a nuestra posición de mando porque valemos más o porque nos apropiamos de las ideas de nuestra gente y engañamos más que ellos.

Paul Feldman se hizo rico vendiendo rosquillas y estableciendo un plan comercial que se basaba en la honestidad, y parece que a pesar de los directivos, le funcionaba. Por las mañanas, a primera hora, Paul repartía rosquillas por diversas oficinas de la zona y dejaba una cesta para que la gente echase las monedas cuando tomaba una rosquilla; luego, a la hora de comer, Paul pasaba a recoger las cestas del dinero.

Tras varios años sirviendo a diversas empresas que tenían distribuida la compañía en plantas distintas, en las que en la superior –junto a los despachos de esquina, tributo innecesario a los egos gigantes de muchos directivos– solía estar la dirección, en la siguiente los vendedores y en la inferior los administrativos, Feldman sacó varias conclusiones: La primera es que el estado moral de los jefes es un factor determinante para que la gente esté a gusto con sus directivos y hace que los empleados sean también más honrados. Además, y después de comprobar que en las cestas de la planta de los mandos siempre faltaba dinero se llegó a preguntar si los jefes engañaban o no pagaban debido al sentido excesivamente desarrollado de sus privilegios, o si fue precisamente el engaño lo que les ayudó a ascender a su posición de mando.

En muchos casos puede haber dudas. Estoy convencido de que la mayoría de los directivos no engañan, pero en el caso que me contaban mis amigos no. Ese mismo día me relataron que ese mismo jefe, después de una comida en un restaurante, se llevó el bolígrafo con el que firmó la cuenta porque parecía un *Mont Blanc*.

pilarcambraserra@gmail.com

www.expansion.com/blogs/cambra

www.expansionyempleo.com/pilarcambra

Expansión&EMPLEODepósito Legal M-15572-1986
ISSN 1576-3323

GRUPO UNIDAD EDITORIAL

PRESIDENTA
CARMEN IGLESIAS**CONSEJERO DELEGADO**
ANTONIO FERNÁNDEZ-GALIANO

Director general de publicidad: Alejandro de Vicente

Directores generales: Luis Enriquez (Prensa);
Jaime Gutiérrez-Colomer (Audiovisual)

Edita: Unidad Editorial, Información Económica S.L.U.

Director gerente: José Jesús López
Director Área Clasificados: Juan Vallejo
Director de Marketing: Pedro Iglesias**DIRECTOR GENERAL EDITORIAL**
PEDRO J. RAMÍREZ**DIRECTOR**

JESÚS MARTÍNEZ DE RIOJA VÁZQUEZ

DIRECTOR DE REDACCIÓN: Iñaki Garay**DIRECTOR ADJUNTO:** Manuel del Pozo (Expansión.com)**SUBDIRECTOR:** Martí Saballs**COORDINACIÓN DE EXPANSIÓN Y EMPLEO:** Tino Fernández**Jefe de Sección:** Quique Rodríguez**Expansión & Empleo:** Montserrat Mateos / Beatriz Elías/
Ángela Méndez / Tamara Vázquez /

expansionyempleo@unidadeditorial.es

Tfno.: 91 443 61 61

MADRID. 28033. Avenida de San Luis, 25-27, 1.ª planta. Tel. 91 443 50 00. Expansión.com 902 99 61 11. BARCELONA. 08017. Avda. Diagonal, 640. Edif. 3-4.ª planta. Tel. 93 227 67 00. Telefax 93 227 67 61. BILBAO. 48013. Camino Capuchinos de Basurto, 2. Tel. 94 473 91 50. Telefax 94 473 91 64. VALENCIA. 46004. Plaza de América, 2. 1.ª planta. Tel. 96 337 93 20. Fax 96 351 81 01. SEVILLA. 41011. República Argentina, 25. 9.ª planta. Tel. 95 499 14 40. Fax 95 427 25 01. VIGO. 36202. López de Neira, 3, 3.ª. Oficina 303. Tel. 986 22 79 33. Telefax 986 43 81 99.

PUBLICIDAD: DIRECTOR: José M.ª Montejo. Tel.: 91 443 55 70. EMPLEO: Beatriz González. Tel.: 91 443 55 71. JEFA DE PRODUCTO - ÁREA FORMACIÓN, PUBLICIDAD RR.HH. Y ESPECIALES: Mónica Fernández. Tel.: 91 443 55 75. FORMACIÓN: Ana Casallilla. Tel.: 91 443 55 73. COORDINACIÓN: Daniel Ortiz. Tel.: 91 443 52 80. Fax 91 443 56 47. **EXPANSIÓN&EMPLEO.COM JEFE DE PUBLICIDAD:** Cristina Gornati. Tel.: 91 443 55 76. **BARCELONA:** Cándido Blasco. Tel. 93 496 24 42. Fax 93 227 67 62. **BILBAO:** Juan Luis González Anduiza. Tel. 94 473 91 02. Fax 94 473 91 56. **VALENCIA:** José Vicente Sánchez Beato. Tel. 96 351 77 76. Fax 96 351 81 01. **ANDALUCÍA:** Rafael Azancot. Tel. 95 499 06 29. Fax 95 427 25 01. **A CORUÑA:** Adriana González. Tel. 981 21 80 20. Fax 981 22 84 59. **VIGO:** Manuel Carrera. Tel. 986 22 91 28. Fax 986 43 81 99. **ZARAGOZA:** Álvaro Cardemil. Tel. 976 40 50 53.**COMERCIAL:** SUSCRIPCIONES Avenida de San Luis, 25-27, 1.ª planta. 28033 Madrid. Tel. 902 99 61 00. Fax 901 022 220. **TELÉFONO PARA EJEMPLARES ATRASADOS 902 99 99 46 DISTRIBUYE** Logintegral 2000, S.A.U. Tel. 91 586 43 48 **RESÚMENES DE PRENSA.** Empresas autorizadas por EXPANSIÓN (artículo 32.1, Ley 23/2006): Acceso, TNS Sofres, My News, Voco Media Trader y Factiva.**IMPRIME:** RECOPIRINT IMPRESIÓN, S.L. Tel. 91 692 73 20. Fax 91 692 13 74

DIFUSIÓN CONTROLADA POR