

CHRISTIAN GÁLVEZ



TIENES TALENTO

Descubre cómo sacar lo mejor de ti mismo
de la mano de LEONARDO DA VINCI

Prólogo de RISTO MEJIDE

Se

Éste es un libro de coaching, sí. Pero no has visto nada igual. El popular presentador de televisión y autor Christian Gálvez ha decidido que Leonardo da Vinci (y en menor medida sus ejemplos personales) sea tu coach personal en este libro y que sea el florentino el que te ayude desde cómo crear tu primera y única marca personal hasta convertirte en líder. ¿Por qué Leonardo da Vinci? Porque el maestro italiano fue un experto en coaching en el siglo XV. Con Tienes talento vamos a intentar descubrir

nuestros talentos, a saber como crear una Marca Personal que mejor nos defina, y a tener unos conocimientos básicos sobre cómo empezar a vender tu propia marca personal así como potenciar el resultado de tus objetivos. Descubriremos, además, como adaptarnos a situaciones nuevas con la gestión del cambio, pondremos los mejores ejemplos sobre el como desenfocar una vez te permite enfocar las cosas con mucha más nitidez, ampliaremos nuestros campos visuales, estudiaremos perspectivas, nos

sorprenderemos con lo mucho que nos puede ayudar el método de la observación, aprenderemos a decir "no" y a su vez, de nuestros errores y buscaremos la mejor manera de motivarnos.



Christian Gálvez

Tienes talento

Cómo sacar lo mejor de ti mismo
de la mano de Leonardo Da Vinci

JerGeoKos 03.08.13

Título original: *Tienes talento: cómo sacar lo mejor de ti mismo de la mano de Leonardo Da Vinci*

Christian Gálvez, 2013

Ilustraciones: Paul Urkijo

Diseño de portada: Depto. Arte y Diseño
de Editorial Grupo Planeta

Editor digital: JerGeoKos

Corrección de erratas: JerGeoKos

ePub base r1.0





P

«PASAPRÓLOGO» Unas palabras de Risto Mejide

Con la A. Sentimiento que profeso hacia él, y materia prima de cualquier amistad.

Con la B. No es su superhéroe favorito, pero podría ser perfectamente el mío.

Con la C. Programa en el que uno de los dos llevaba gafas de sol mucho antes de que el otro se las pusiera por primera vez.

Con la D. No es que él hable rápido, es que tú escuchas así.

Con la E. Jamás te desea suerte, porque la suerte es para los mediocres, él siempre prefiere desearte otra cosa.

Con la F. Nunca sale a un plató sin antes mencionarla, a ella y al honor.

Con la G. Lo que le digo cada vez que habla de mí, incluso si lo hace mintiendo tanto como en este libro.

Contiene la H. Y si no la contiene, estamos hablando de otro.

Con la I. Cualidad que posee este libro, casi en la misma medida que su autor.

Con la J. Palabra que le envié por SMS la primera vez que hablé de él en televisión.

Con la K. Lo que estás a punto de leer es a la desmotivación lo que cierto material es a Superman.

Contiene la L. Nombre propio de una mujer fascinante y fascinada por él.

Con la M. Su ciudad natal, cuna también del gran Iker Casillas.

Con la N. Lo que transmite a raudales en la tele, en persona y, sobre todo, en estas páginas.

Contiene la N. Sólo nos separan seis, aunque él parezca cada vez más joven y yo esté cada vez más cascado.

Con la O. Premio que siempre habrá ganado menos veces de las que se lo ha merecido.

Con la P. Concurso diario al que mi mujer me tiene enganchado y gracias al cual él se ha convertido en el yerno que toda suegra española querría tener.

Con la Q. Título de su/mi anterior libro en el que quedó demostrado que tenemos que pasar menos tiempo juntos.

Con la R. Fueron 47, y se pusieron todos a sus órdenes en forma de productora.

Con la S. No es mi superhéroe favorito, pero podría ser perfectamente el suyo.

Con la T. Programa en el que he tenido el honor de trabajar con él, y él, la paciencia de trabajar conmigo.

Con la U. No sé si es el mejor, y no creo que sea el primero, pero tengo claro que él lo es.

Con la V. Ciudad de origen del protagonista de este libro del que aprenderás todo lo que sí se puede aprender de un genio.

Contiene la X. Orientación que hace de Christian una rara avis en el mundo de los presentadores.

Con la Y. Persona en la que él siempre tendrá un amigo.

Contiene la Z. Lo que jamás te ocurrirá con este libro.

(Soluciones).

Con la A. Admiración.

Con la B. Batman.

Con la C. «Caiga Quien Caiga».

Con la D. Despacio.

Con la E. Éxito.

Con la F. Fuerza.

Con la G. Gracias.

Contiene la H. Christian.

Con la I. Interesante.

Con la J. Justicia.

Con la K. Kriptonita.

Contiene la L. Almudena.

Con la M. Móstoles.

Con la N. Naturalidad.

Contiene la Ñ. Años.

Con la O. Ondas.

Con la P. Pasapalabra.

*Con la Q. Que la historia/muerte te
acompañe.*

Con la R. Ronin.

Con la S. Superman.

Con la T. Tú sí que vales.

Con la U. Único.

Con la V. Vinci.

Contiene la X. Heterosexual.

Con la Y. Yo.

Contiene la Z. Zzzzzzzzzzzzzzz.

RISTO MEJIDE

i

NO SOY UN GENIO

#NoEresUnGenio



No Somos Genios

No le demos más vueltas. No somos genios. No lo somos. ¿O quizá sí?

Muy posiblemente vales más de lo que piensas. Y sí, tienes talento.

No alimentemos la soberbia con falsas esperanzas pero tampoco dejemos que la subestima nos gane terreno. Para empezar tratemos de dejar claro a qué nos referimos cuando hablamos de «ser un genio» (que no «tener genio»).

Según el diccionario de la RAE,^[1] si hablamos de carácter puede referirse a tener un temperamento difícil o tener

firmeza y energía. Pero como vamos a tratar de Leonardo da Vinci, uno de los mayores genios de la historia de la humanidad, convendría saber a qué nos enfrentamos. La RAE, asimismo, describe la palabra derivada del latín *genius* como la capacidad mental extraordinaria para crear o inventar cosas nuevas y admirables.

Quizá yo en mi profesión tenga genio pero no sea un genio. Eso no quiere decir que TÚ no lo seas. De hecho, al genio se le reconoce mucho después de haber obrado de tal manera para que sea considerado como tal.

Tienes TALENTOS.

Lo que está muy claro es que cada uno de nosotros tenemos TALENTOS. Y lo digo en plural porque estoy convencido de que todos y cada uno de nosotros tenemos más de uno. Algunos los localizamos en seguida, otros nos cuesta más y otros surgen sin que nos los esperemos porque algo (un estímulo externo, por ejemplo) lo ha activado.

Tener TALENTO es tener aptitud, es decir, tener la capacidad para realizar una ocupación determinada. La aptitud

conlleva una inteligencia. Es algo que he aprendido a lo largo de muchos años en televisión, donde tanto en los concursos como en los programas he descubierto que existen infinidad de talentos. Talentos mentales, físicos, manuales. Capacidad para absorber gran cantidad de datos, capacidad para tener una gran rapidez mental, capacidad para cautivar en el escenario y romper la fría barrera que separa un plató del programa y el plasma de tu televisor, capacidad para hablar rápidamente o con elocuencia, capacidad para juzgar y evaluar y capacidad también para ser juzgado. Incluso la capacidad de saber recoger un

buen consejo. Pero el talento no sólo se nutre de la inteligencia. La mejor definición de «**talento**» nos la da Juan Carlos Cubeiro:^[2] «Es poner en valor lo que uno sabe, quiere y puede hacer».

¿Tienes ideas?

Tienes TALENTOS.

Durante el recorrido a través de estas páginas vamos a intentar descubrir nuestros talentos, saber cómo crear una marca personal que nos defina mejor, y obtendrás unos conocimientos básicos sobre cómo empezar a vender tu propia

marca personal, así como potenciar el resultado de tus objetivos.

Descubriremos cómo adaptarnos a situaciones nuevas con la gestión del cambio, pondremos los mejores ejemplos sobre cómo desenfocar a priori te permite enfocar las cosas con mucha más nitidez después, ampliaremos nuestros campos visuales, estudiaremos perspectivas, nos sorprenderemos con lo mucho que nos puede ayudar el método de la observación, aprenderemos a decir «no» y aprenderemos también de nuestros errores, y buscaremos la mejor manera de motivarnos.

Es un libro de *coaching*, sí. Pero no has visto nada igual. He creído oportuno que Leonardo da Vinci^[3] (y en menor medida mis ejemplos personales) sea tu *coach* personal a través del camino que recorras desde que crees tu primera y única marca personal hasta que te conviertas en líder.



¿Por qué Leonardo da Vinci?

Porque el maestro italiano fue un experto en *coaching* en el siglo XV.

«Quien piensa poco se equivoca mucho.»

Leonardo da Vinci

Sin ánimo de equipararme con Leonardo da Vinci (¡cómo podría!), encuentro algunas similitudes que me ayudan a empatizar con el florentino y hace más fácil la transmisión de conocimientos más allá de la admiración como maestro renacentista.

Leonardo (1452-1519) no nació en

una gran urbe (yo tampoco y puede que tú, lector, tampoco), lo que dificultó su instrucción que ya de por sí estaba bastante limitada por haber sido hijo ilegítimo. Su autoformación, curiosidad infinita y gran capacidad inventiva le llevó a convertirse en uno de los genios universales. En ese sentido, mi formación se centró en la enseñanza, estudiando en la facultad de magisterio, pero la autoformación me llevó a trabajar en televisión, donde permanezco actualmente, y puede que muchos de los que se dejen atrapar por estas páginas estén trabajando (si es que trabajan) en cosas distintas para las que

fueron formados.

Cada uno de nosotros podría encontrar varias coincidencias que lo aproximen al maestro florentino. Pero no nos dejemos llevar por la magia del genio. El auténtico protagonista de este libro eres TÚ.

Leonardo puede servir de ejemplo, sobre todo porque ya vivió hace 500 años lo que tú vives. Yo te puedo poner de ejemplo mi experiencia profesional y analizar contigo desde un *casting* hasta el triunfo en televisión, pero con conceptos extrapolables a cualquier otro ámbito.

Abre cualquier buscador en internet

(Google, por ejemplo) y teclea «Leonardo da Vinci». Tienes más de 35 000 000 de páginas relacionadas con su figura.

Hay un estudio muy interesante de José Luis Espejo,^[4] licenciado en Geografía e Historia en la Universidad de Barcelona, que apunta a un muy posible viaje del maestro florentino entre 1481 y 1483 a la Ciudad Condal, donde al parecer sus ancestros podrían haber residido, y para conocer la abadía de Montserrat.

Si hay alguien que dude de que se pueda ligar a Da Vinci con el siglo XXI, que eche un vistazo al *storyboard*^[5] que

he añadido al final de este capítulo. Se trata de una creatividad que trabajé junto con un artista llamado Paul Urkijo,^[6] gran amigo mío, para la marca italiana Chateau d'Ax.^[7] Unimos los conceptos «Leonardo da Vinci», «inventor», «siglo XXI» y «sofás de lujo». Nos pusimos manos a la obra y la campaña se tituló «El sofá que Leonardo da Vinci habría querido inventar». Triunfamos con la idea. Podrás encontrar el *Storyboard* completo al final de este capítulo.

Por si no te parece suficiente, doblo la apuesta y te digo: ¿y si uno de los mayores superhéroes de la historia hubiera sido inspirado por Leonardo da

Vinci? Así es. El cómic cuenta cómo Bruce Wayne se convirtió en Batman^[8] a raíz del asesinato de sus padres. Pero Bob Kane, su creador, se sincera y nos revela que Batman está inspirado en los diseños del planeador de Leonardo da Vinci:

En realidad me inspiré en tres influencias para Batman. Una fue Leonardo da Vinci. Él había diseñado una máquina voladora 500 años atrás. Se trataba de un hombre provisto de un arnés con alas de murciélagos, el primer

planeador. Vi ese dibujo cuando tenía 13 años y lo que observé parecía un hombre-murciélagos.

Otra de las conocidas citas de Kane fue la siguiente:

A los 13 años vi un libro de Leonardo da Vinci, con sus primeros inventos. Había un dibujo de un hombre sobre una máquina con forma de murciélagos. Llevaba alas de murciélagos e iba sobre una tabla. Fue el primer planeador

aéreo, y a mí me recordaba a un murciélagos. De hecho, había una cita: el modelo no tendrá más alas que las de un murciélagos.

Éste es el dibujo original del ornitóptero (aeronave capaz de generar sustentación en el aire por sus propios medios basándose en el movimiento batiente de sus alas) de Leonardo da Vinci en el cual se inspiró Bon Kane:



En una exposición reciente en el Palazzo delle Cancelleria de Roma («Leonardo da Vinci — El genio y sus inventos») vigente hasta bien entrado 2014, pude disfrutar de los modelos de los inventos de Leonardo a escala 1:1.

Es decir, a escala natural, y pude disfrutar en vivo de lo que 500 años más tarde inspiraría a uno de los héroes favoritos de millones de personas.

Ornitóptero de Leonardo da Vinci.



Siquieres puedes disfrutar de parte de la exposición a través de una aplicación que han creado para Ipad: Leonardo da Vinci — El genio y los inventos HD (*Virtual tour*).

Leonardo da Vinci incluso aparece como uno de los personajes principales en una de las sagas de videojuegos más exitosa de historia: *Assassin's Creed*. Su labor a través de la historia es fundamental para la consecución del objetivo del protagonista. Leonardo da Vinci y videojuegos de última generación... ¿Quién lo iba a decir?

Si ponemos encima de la mesa lo que vale la marca personal «Leonardo

da Vinci» tendríamos que contar los números por miles. Por poner un ejemplo, en el año 2011 , Milán ha ingresado la cantidad de 1 956 990,75 euros por las ventas de entradas de «La última cena» de Leonardo da Vinci. La gran exposición que albergó Londres, «Leonardo da Vinci, painter at the court of Milan» en The National Gallery, vendió 330 000 entradas en tres meses. La fundación italiana Leonardo 3 factura cerca de 2 millones de euros al año... etc.^[9]



Imagen de *Assassin's Creed II* © 2009 Ubisoft Entertainment. Todos los derechos reservados. Assassin's Creed, Ubisoft y el logo de Ubisoft son propiedad de Ubisoft Entertainment en Estados Unidos y demás países.

Podríamos seguir poniendo ejemplos: desde que Marvel convierte en sus cómics a Leonardo da Vinci como

agente de S. H. I. E. L. D.,^[10] pasando por la publicación de una serie de 10 capítulos por parte de DC Vértigo llamada *Chiaroscuro: The private lifes of Leonardo da Vinci*, hasta el estudio de su desvío del río Arno en algunas asignaturas de la carrera de ingeniería civil.^[11]

Y por último, el ejemplo que para mí, tiene más importancia. Leonardo da Vinci, como yo, era un enamorado de la palabra, hasta tal punto que en su *Codex Trivulzianus*, repleto de dibujos y escritos (como no podía ser de otra manera) se hallan unas cuantas páginas sobre estudios autodidactas que

Leonardo utilizaba para mejorar sus conocimientos en el campo de la literatura. En el códice encontramos un compendio de palabras como si de un diccionario personal se tratara.



Pero da igual con quién te quedes, con la teoría, con Leonardo da Vinci o conmigo. Lo importante es que, con lo que te quedes, hagas algo. Quieras hacer algo. Te pongas en movimiento.

Estoy convencido de que tienes talento. Tienes talentos. No me canso nunca de verlos en televisión y no me extrañaría sentir tu talento a través de tu mirada fija en estas líneas.

Hagamos una cosa. Viajemos juntos en el tiempo del siglo XV al XXI y viceversa, y busquemos juntos tus talentos y la mejor manera de desarrollarlos y ponerlos al servicio de la creatividad.

¿Tienes iniciativa?

Tienes TALENTOS.

Yo, por mi parte, te daré algunos consejos que me han servido a mí. Ojo, no significa que vayas a acabar como yo, ni para bien ni para mal, pero te pueden servir de guía porque, al final, las situaciones se repiten y los consejos se convierten en moralejas.

Para empezar te diré que no tengas miedo al ridículo. Si tienes una idea, desarróllala, pruébala, y si no funciona, vuelve a empezar. No te quedes por el camino. Yo, particularmente, si al final

de un gran esfuerzo no consigo el resultado deseado, no me vengo abajo. Estoy satisfecho porque di lo mejor de mí mismo. Siempre.

Sólo te digo dos cosas, que también puedes aplicar a este libro si quieres: perseverancia y paciencia; a veces el resultado de tu trabajo tarda mucho tiempo en llegar. El reconocimiento, más.

«Piensa, sueña, cree y atrévete.»

Walt Disney

Y, para terminar, gracias. Gracias

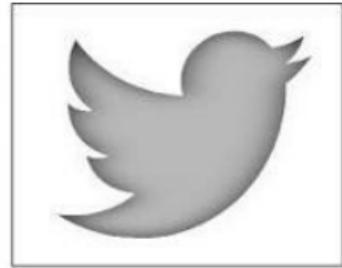
por tener el valor de darle una oportunidad a esta maravillosa propuesta.

Leonardo da Vinci en un tuit

He decidido que, al finalizar cada uno de los capítulos, voy a generar un tuit con la frase más famosa de Leonardo da Vinci aplicada al contenido tratado en ese mismo capítulo, ya que Twitter se ha convertido en la red social de *microblogging* más seguida del mundo. Para justificar esta sección aquí van unos datos:

En 2012 Twitter ha registrado más de 500 000 millones de cuentas. De todas ellas 140 000 millones se han

convertido en usuarios activos. La red social tiene 300 000 nuevas visitas cada día y un millón de cuentas se suman a Twitter cada día. Está claro que Leonardo habría escrito sus códices a través de esta potente red social o, al menos, nos habría dejado unos *highlights*.^[12] He creado una cuenta para que todo aquel que esté interesado en aprender algo más sobre el maestro Leonardo da Vinci pueda acompañarme no sólo en el aprendizaje, sino también en la búsqueda de TALENTO.



La cuenta es @Tienes_Talento, y ya tenemos un buen número de amigos. Sólo faltas tú.

El tuit de Leonardo

Retomando el hilo conductor sobre las ideas, la iniciativa y el talento, creo que la cita más adecuada de todas las que podemos encontrar en las numerosas páginas que nos ha legado Leonardo da Vinci es ésta:

@Tienes_Talento:



«Nuestras mayores tonterías pueden ser

muy sabias».

Es un ejemplo esclarecedor de cómo una idea puede acabar convertida en papel reciclado o en un éxito rotundo. ¿De qué depende? De lo mucho que confies en ella, de lo que estés dispuesto a invertir en ella y a sacrificar por ella. Esa IDEA puede ser una tontería o puede ser el principio de algo muy grande.



Asimismo plasmaré en un tuit lo que me inspire cada capítulo, y alguno de ellos los escribiré, no sólo aquí, sino también en mi Twitter real para ver el alcance y la repercusión que tiene lo que escribo, lo que siento, lo que os transmito.

Y empezaré con algo tan sencillo como parafrasear al maestro Leonardo:

@ChristianG_7:

«A priori, la idea de escribir este libro me parecía una tontería. Gracias a Leonardo esa idea se ha convertido en una sabia decisión».



Prepárate. Pero no te preocupes. Coge un bolígrafo porque a partir del

próximo capítulo vas a tener que aprender a utilizar los 140 caracteres que Twitter te permite para saber cómo eres.

Ve haciéndote a la IDEA.

Por cierto, antes de que se me olvide. Un prueba más. Mete la mano en el bolsillo. Posiblemente una de las monedas que saques de un euro sea como ésta:



*«Los hombres se hablarán desde remotísimos países,
y se responderán.»*

Leonardo da Vinci

CAMPAÑA CHATEAU D'AX:
«El sofá que Leonardo da Vinci habría querido inventar.»



CAMPANA CHATEAU D'AX:

«El sofá que Leonardo da Vinci habría querido inventar.»

9



13



10



14



11



15



12



16



CAMPANA CHATEAU D'AX:

«El sofá que Leonardo da Vinci habría querido inventar.»

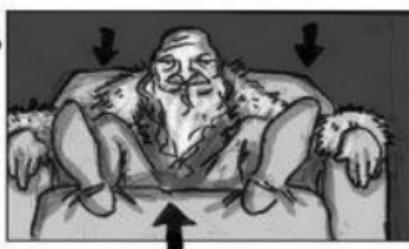
19



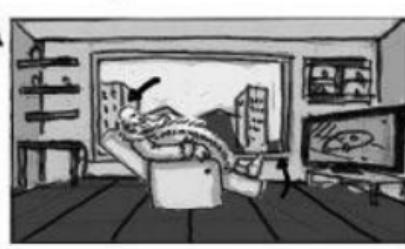
20



18



21



19



22



¿QUÉ ES EL *COACHING*?

Se llama *coaching* al método que sintetiza el proceso de aprendizaje de las personas y que bebe de fuentes como la filosofía y la psicología. La experiencia también juega un papel importante ya que se trata de un sistema donde no se enseña, se ayuda a aprender.

PONTE A PRUEBA:

- Déjate llevar por estas

páginas. Si una sola frase te ha hecho parar sólo unos segundos, entonces me has dejado ganar.

- Olvida aquello de «*El coaching no es para mí*». No se trata de que puedas o no necesitarlo. Basta con que reflexiones sólo un momento y te plantees lo que estás haciendo y lo que te gustaría hacer. Si no coincide, puedes acompañarnos.

LA CITA:

«No hay fracaso, sólo
aprendizaje».

PARA SABER MÁS:

JUAN CARLOS CUBEIRO
(sobre talento y *coaching*)

- *Por qué necesitas un coach*, Alienta, Barcelona, 2011.
- *Del capitalismo al talentismo*, Alienta,

Barcelona, 2012.

JENY MUMFORD (sobre
coaching)

- *Coaching para Dummies*, CEAC, 2010.

ROBIN SHARMA (sobre
coaching)

- *Éxito*, DeBolsillo, Madrid, 2010.

CHARLES NICHOLL (sobre
Leonardo da Vinci)

- *Leonardo, el vuelo de la mente*, Taurus,
Madrid, 2005.

GIORGIO VASARI (sobre
Leonardo da Vinci y su tiempo)

- *Las vidas*, Cátedra,
Madrid, 2010.



CREA TU MARCA PERSONAL

#ChristianConH



La personalidad como herramienta

Hoy en día, con la (r)evolución de las redes sociales, resulta tan importante saber qué utilizar como la forma de utilizarlo. Vemos cómo Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, Badoo, LinkedIn, Flickr, Myspace, Tuenti, etc., han adquirido un gran protagonismo en nuestras vidas, en los ámbitos personal, laboral y artístico. De hecho, la mayor parte de estos sitios web son un gran escaparate publicitario gratuito donde mostrar lo que a cada uno más le

convenga.



Incluso se han convertido en una de las mejores maneras de testar artículos mediante sus usuarios. Todo tipo de marcas publicitarias llegan al cliente de una manera directa e instantánea, y no sólo para vender lo último y lo mejor de lo que sea, sino también para saber cuál es la respuesta del consumidor

potencial.

Asimismo, las cadenas de televisión se vuelcan más en el contenido audiovisual no sólo a través de sus propias páginas web, sino también a través de las anteriormente citadas redes sociales. Cuantos más *trending topics* se consigan en Twitter («tendencias» en tiempo real en la red social más importante que existe), más repercusión tendrá uno u otro programa en televisión, aunque la tendencia de lo que sea que se hable sea positiva o negativa.

Pero, en cuanto usuarios particulares, también es muy importante tener unas nociones básicas de gestoría

virtual en la red (lo que se llama *community manager*, porque en inglés las cosas parecen que suenan mucho mejor, o *much better*), y no tanto para gestionar la publicidad *online* (en línea) o para fomentar y afianzar tratos con el cliente vía internet (que también es interesante), sino para saber realmente quiénes somos y cómo nos definimos. Es decir, para buscar nuestra MARCA PERSONAL, o *personal branding*.

Personal branding es un término que se utiliza desde 1997 y se cita en numerosos artículos, por ejemplo, por Tom Peters: «Las grandes compañías comprenden la importancia de las

marcas. Hoy, en la Era del Individuo, tú tienes que ser tu propia marca».^[13]

Tom Peters, uno de los grandes precursores del término *personal branding*, publicó este titular en 1997. Hoy en día no sólo sigue vigente, sino que sigue siendo necesario y hasta imprescindible. Se puede definir y/o explicar de muchas maneras, pero, en resumidas cuentas, la MP es aquello que piensan de nosotros los demás cuando no estamos, o lo que es lo mismo: la huella que dejamos en alguien. Funcionan de la misma manera que el posicionamiento de un producto: no es lo que queremos ser o cómo queremos

ser vistos, sino cómo nos ven los demás.

CREAR TU MARCA PERSONAL

NO

ES CONVERTIRTE EN FAMOSO.

Crear una marca personal va mucho más allá de la idea de ganar fama. Sobre todo, la marca personal va muy ligada a los conceptos de credibilidad y realismo.

Para ello, lo primero que debes hacer es saber cómo eres y cómo te ves a ti mismo. Esto lo puedes hacer de varias maneras. Por ejemplo, vamos a

enumerar los pasos, de adentro afuera, para sacar nuestro verdadero Yo, un YO que sólo TÚ vas a utilizar:

PASO 1: ponte delante de un espejo. Mirarnos cara a cara y saber decirnos qué pensamos de nosotros mismos puede ser muy efectivo. Eso sí, hay que ser auténtico y coherente con lo que pensamos y con lo que decimos. Pero si a veces (muchas veces, casi siempre o siempre) ya nos cuesta decírselo a quien tenemos enfrente (sobre todo cuando se trata de enumerar y evaluar los rasgos de personalidad menos favorables), ¿cómo vamos a ser capaces de

enfrentarnos cara a cara con ese otro YO nuestro que repite todo lo que hacemos delante del espejo? Haz la prueba, y si te sale bien, si realmente estás satisfecho con lo que acabas de decirte, sáltate todo el paso 2. Si no es así, si de verdad crees que te has dejado algo en la punta de la lengua, que no quieres o no te atreves a escuchar (o que no se atreve tu otro YO), lee el paso número 2.

PASO 2: prueba con familiares o amigos, que te digan lo mejor y lo peor de ti. Eso sí, por tu bien, pide que esa valoración vaya acompañada de un

ejemplo. Esto, en el ámbito del *coaching*, se llama «informe o evaluación de 360.º», y siempre ayuda a entenderlo todo mucho mejor. Un consejo: ponte esparadrapo o cinta americana en la boca. Hazme caso. Cuando saquen lo mejor de ti, intentarás no ponerte colorado y exigir que no exageren demasiado. Cuando saquen lo peor de ti, desearás no haberles pedido su opinión unos minutos antes e intentarás justificar tus defectos por encima de todo. Con la boca tapada, no te quedará más remedio que escuchar y analizar, esas cosas tan raras que sólo muy de vez en cuando hace el ser

humano.

PASO 3: aquí es donde nos reenganchamos a nuestra nueva faceta de *community manager*.^[14] Prueba a describirte a través de Twitter en 140 caracteres, que a veces parece demasiado poco espacio y a veces más que suficiente para lo que uno tiene que escribir. Muy a menudo somos nuestros propios periodistas virtuales, contamos nuestra propia noticia (es decir, nuestro YO) y esperamos que algún lector anónimo saque conclusiones y se pronuncie. Puede pasar lo mismo con tus publicaciones en Facebook, e incluso

con Instagram y las fotos que cuelgas en la red para que los demás hagan clic en «Me gusta». Tú eres también las fotos que muestras. No hace falta que trabajes en la tele o que seas deportista. Quizá sólo tengas un modesto blog de moda o hayas iniciado una pequeña empresa, pero seguro que consideras las redes sociales como un método de marketing gratuito e instantáneo. Y lo mejor de todo, la respuesta también es instantánea.

Toda la información que recibamos en los pasos 2 y 3 se llama *feedback*, que significa «retroalimentación» y proporciona un eco que siempre

tendremos que asimilar como una oportunidad más para el cambio, para la mejora.

Antes de afrontar cualquier empresa, ya sea en el ámbito personal o laboral, tenemos que saber con qué armas (talentos) contamos. A veces, esto lo puedes comparar incluso con lo que te ocurre cuando juegas a videojuegos: debes saber cuáles son tus virtudes y en qué habilidades necesitas mejorar. O incluso con qué armas físicas cuentas, aunque aquí la palabra «armas» la utilicemos en sentido metafórico. Éste es un consejo que vale para muchas cosas: desde afrontar una entrevista de trabajo

hasta garantizar el éxito en esa primera cita en la que te juegas todo. Pero también pasando, por ejemplo en mi caso, por el hecho de que te tengas que poner delante de una cámara de televisión. Vale para todo.

Cuánta razón tenía Sócrates (uno de los muchos a quienes se les atribuye esta célebre frase) cuando decía: «Conócete a ti mismo». Sólo así estarás preparado para el siguiente paso: cómo utilizar tus cualidades y para qué utilizarlas.

Cuando, en cualquier sitio, ya sea en la consulta del médico, cuando me envían una carta o cuando me escriben un correo electrónico personal, veo que

el emisor escribe mal mi nombre, siempre siempre siempre termino corrigiéndole. «Christian con H», les digo. Y ellos tachan, a veces de buena gana y otras no tanta, y vuelven a escribir mi nombre con H, a veces con una sonrisa y otras con ganas de decirme: «Ya está el tonto éste de la tele...».

No es, ni nunca ha sido, una cuestión de ego. Ni tampoco que mi signo zodiacal sea Tauro. Para nada. Si acaso de orgullo. Mis padres inscribieron mi nombre con H y lo he defendido durante toda mi vida. Cuando me detengo unos minutos a pensar por qué siempre pido

que lo corrijan me surgen infinidad de dudas: ¿por ego?, ¿por inseguridad?, ¿como reafirmación?

Y, al final, siempre llego a la misma conclusión, independientemente de lo que piensen los demás. Soy yo, siempre soy yo, y yo lo quiero así, con H. Me demuestro a mí mismo cómo lo quiero, y, en definitiva, se trata de defender la propia personalidad. Hay muchos Christian con H y muchos Cristian sin H, pero en el momento en que yo lo pronuncio, ese «Christian» es mío y la «H» también. Así que... ¡devuélvemela!

Puedes llamarte Helena o Elena, Rebeca o Rebeka, Ainoa o Aïnhoa,

Alejandra o Alexandra. Al fin y al cabo, es tu nombre, es tu personalidad, es tu herramienta, es TU MARCA PERSONAL.

Nombre + Personalidad + Feedback
= *Herramienta*
= *MARCA PERSONAL*

Las palabras te definen

La palabra como tal (la unidad gramatical del discurso) existe para definir. Podemos expresar sentimientos con gestos o con acciones, pero, al final, la palabra, sobre todo escrita, puede durar para siempre... Puede convertirse en un LEGADO.



El gran biógrafo (y también arquitecto y pintor) del Renacimiento Giorgio Vasari (1511-1574), en su obra *Las vidas de los más excelentes arquitectos, pintores y escultores italianos...*,^[15] nos detalla una multitud

de anécdotas de los genios renacentistas: gustos, estilos, críticas de obras, relaciones entre ellos..., e incluso lo que la gente pensaba de ellos. Recuperaremos el extracto del comienzo del relato de la vida de Da Vinci:

Grandísimos dones se ven llover muchas veces desde los influjos celestes sobre los cuerpos humanos de forma natural y, a veces, de manera sobrenatural, reunirse extraordinariamente en un único cuerpo belleza, gracia y virtud de tal forma que, donde

quiera que se dirija tal individuo, cada una de las acciones es tan divina [...] que manifiestamente se dan a conocer [...] como cualidades generosamente otorgadas por Dios y no adquiridas mediante arte humana alguna.

Esto es lo que vieron los hombres en Leonardo da Vinci, quien aparte de belleza del cuerpo, nunca suficientemente alabada, poseía una gracia más que infinita en cualquiera de sus actos; y tanta y tan desarrollada era su virtud, que

siempre que su espíritu se volvía hacia los asuntos difíciles, con facilidad los liberaba de su complejidad.
[...] Y la fama de su nombre se extendió tanto que no sólo fue apreciado en su tiempo, sino mucho más incluso en tiempos posteriores, tras su muerte.

Así comienza el relato de la vida del hijo pródigo de la pequeña localidad toscana llamada Vinci, una excelsa alabanza, en forma y contenido, de unos atributos que encierran un carácter casi divino y que exaltan aún más la figura

mortal de Leonardo.

Giorgio Vasari también fija su atención en la descripción de una de las obras de arte más importante de la historia: *La Gioconda* (o *La Mona Lisa*).^[16]

Hizo para Francesco del Giocondo el retrato de su mujer Mona Lisa y, a pesar de dedicarle los esfuerzos de cuatro años, lo dejó inacabado. [...] Todo aquel que quisiera ver en qué medida puede el arte imitar a la naturaleza lo podía comprender en su cabeza,

porque en ella se habían representado todos los detalles que se pueden pintar con sutileza. Los ojos tenían ese brillo y ese lustre que se pueden ver en los reales, y a su alrededor había esos rosáceos lívidos y los pelos que no se pueden realizar sin una gran sutileza. En las cejas se apreciaba el modo en que los pelos salen de la carne, más o menos abundantes y girados según los poros de la carne, no podían ser más reales. La boca, con toda la extensión de la

hendidura unida por el rojo de los labios y lo encarnado del rostro, no parecía color sino carne real. En la fontanela de la garganta, si se miraba con atención, se veía el latir del pulso: y en verdad se puede decir que fue pintada de una forma que hace estremecerse y atemoriza a cualquier artista valioso.

Si bien es verdad que quizá con palabras uno no podría expresar todo lo que se puede llegar a sentir en el Louvre al contemplar la obra (siempre y cuando

los 12 000 japoneses que acuden diariamente te lo permitan), el legado pictórico de Leonardo no es ni por asomo comparable con el legado textual que ha llegado a nuestras manos. Y quizá esta descripción de Vasari sea la más bella exposición del retrato mediante el uso de la palabra.

Leonardo era un hombre de las palabras.

No me extenderé mucho más sobre los testimonios de Vasari, pero creo sinceramente que merecía ser comentado aquí, especialmente en este capítulo, porque no sólo es la fuente más cercana

a Leonardo da Vinci, sino también la única.

Se conservan alrededor de 6500 páginas escritas por Leonardo da Vinci y, según Elisa Ruiz, comisaría de la exposición «El imaginario de Leonardo» (que acogió la Biblioteca Nacional de Madrid), catedrática emérita de codicología de la Universidad Complutense de Madrid y miembro de la Real Academia de la Historia, faltaría entre un 40 y un 70 por ciento de su obra, aún inédita.

Eso quiere decir que anotaba todo, absolutamente todo lo que observaba, estudiaba y ponía en práctica. Cabe

destacar que no lo hizo nunca con la intención de difundirlo, y que era bastante prudente y receloso respecto a la divulgación de sus escritos. Pasaron bastantes años antes de que saliera a la luz el resultado de su experiencia. Prueba de ello es el tipo de escritura que caracterizó gran parte de la obra leonardiana, de tipo especular (o invertida), es decir, que sólo podía leerse adecuadamente reflejando sus escritos en un espejo, cosa que se descubrió mucho tiempo después.^[17]

et agniti membrorum operariorum. etiamque de aliis quod est
et illis quod regunt operas etiam membra etiamque de aliis quod est
et agniti membra etiamque de aliis quod est etiamque de aliis quod est
et agniti membra etiamque de aliis quod est etiamque de aliis quod est
et agniti membra etiamque de aliis quod est etiamque de aliis quod est
et agniti membra etiamque de aliis quod est etiamque de aliis quod est

En su breve capítulo dedicado a Da Vinci, quizá Vasari llegó a definir a este genio italiano mucho mejor que él mismo en sus miles de páginas. Pero, a veces, no hace falta que uno mismo se defina en un cuaderno o en un diario. En tiempos de Leonardo no existía, ni mucho menos, la tecnología de la que hoy, casi por instinto, hacemos uso. Pero las palabras que uno usa también definen nuestra personalidad como individuos.

Tanto en los citados textos de Vasari como en otros extensos tratados y códices, heredados a través de los discípulos de Leonardo, descubrimos que Da Vinci era una persona curiosa, autodidacta, perseverante, persuasiva, elegante, emprendedora, crítica, paciente, resolutiva, comprensiva y decisiva. Pero, sobre todo, un GENIO.

Y ahora piensa por un momento:

¿Qué PALABRAS te definen a tí?

Recuperemos ahora lo que andábamos buscando, nuestra marca personal. Leonardo tenía su propia

marca personal: era el más bello de los pintores, salvaba las situaciones como nadie, pintaba como muy pocos y sus ansias de saber y su forma tan característica de escribir no podían ser comparadas con ningún otro artista de ninguna época. Él era así..., pero, lo más importante, los demás le veían así. Ésa era su MARCA PERSONAL.

*Leonardo da Vinci ya tenía su MARCA
PERSONAL en el siglo xv.*

"Pasapalabra"

He titulado este apartado «Pasapalabra» como dedicatoria a este programa de televisión, y porque me siento orgulloso de haberlo conducido durante más de seis años (éste es su twitter: [@pasapalabraT5](https://twitter.com/pasapalabraT5)). Después de pasar por él más de 2000 concursantes, con más de 250 000 preguntas y más de 12 millones de euros entregados en premios, se puede definir de la siguiente manera:

La Palabra.

Si hay alguien en este país que sea un hombre de «palabras», ése soy yo. No es que sea muy elocuente ni practique el arte de la oratoria como nadie. Ni siquiera me sé todo el diccionario, como José Manuel Lucía, Laura Gonzalo o César Garrido, concursantes históricos de «Pasapalabra». Simplemente juego con ellas, con las palabras. O, para ser más exactos, los concursantes juegan con las palabras. Yo «sólo» juego con las definiciones. Y «definirse» es eso que te estoy sugiriendo que hagas a lo largo de este primer capítulo. Puede ser divertido también. La cultura y la diversión

NUNCA están reñidas.

Este capítulo trata de la personalidad y de la marca personal, la que creamos mientras crecemos y aprendemos, y yo voy a compartir algo contigo al respecto. Voy a contarte cómo mi personalidad (buena / regular / mala / te gusta / no te gusta) me jugó una de las «mejores pasadas» de mi vida. Te voy a contar cómo conseguí convertirme en presentador de «Pasapalabra». Quizá esto no te importe para nada, e incluso puede que no te guste la manera en que desempeño mi trabajo. Sólo te pido que leas entrelíneas y que saques una conclusión del contenido, y no de la

forma, de lo que aquí expongo.

Hacía sólo una semana que me había desligado de mi anterior trabajo y «escuela», el programa «CQC» («Caiga Quien Caiga»), porque tenía una oferta de contrato para otra cadena, que no era Telecinco. Estaba contento, ilusionado, echando la vista atrás y recordando todos y cada uno de los sacrificios que tuve que hacer para llegar adonde había llegado. Si «CQC» fue la escuela, ése contrato era el reconocimiento a una trayectoria no tan corta y sí muy intensa. Tenía entonces 27 años, y no sabía cuál era el siguiente paso después de firmar.

Una llamada lo cambió todo.

Telecinco había decidido rescatar del cajón uno de los mejores concursos de la historia, un programa multipremiado y con una gran trayectoria. Querían darle una nueva oportunidad, esta vez en la cadena de Fuencarral, y buscaban un presentador o una presentadora.

Por el *casting* pasaron personas cuyos contratos estaban ya vinculados a la cadena y no funcionaron. Y yo, después de bajar de un barco cuya tripulación vestía de negro y llevaba gafas de sol, tuve la oportunidad de demostrar que podía ser el candidato perfecto para recoger el testigo y saltar el listón que tan alto había dejado,

tiempo atrás, la gran presentadora Silvia Jato.

Yo tenía dos cosas en mi contra: 1) era un chico. Y todo el mundo tenía aún fresco el recuerdo de la etapa anterior, conducida por una presentadora, 2) era alguien casi desconocido. Antes de «Pasapalabra» era «el del Caiga» cuando me paraban por la calle. Fue cuando «Pasapalabra» alcanzó el éxito cuando dejé de ser «el del Caiga» para convertirme en «Christian Gálvez».

Y tenía una cosa a mi favor: pasara lo que pasara, otra oferta de contrato me estaba esperando.

Entre 1998 y 2001 presenté un

programa en Antena 3 llamado «Desesperado Club Social», y tuve el privilegio de ser invitado un par de veces en la otra etapa a «Pasapalabra» para ayudar a los concursantes. Mis padres tuvieron el detalle de grabar mis intervenciones en VHS, cintas que, por cierto, aún guardo con cariño. Pedí consejos a todo el mundo. Y siempre me decían lo mismo: «Mira las cintas, observa cómo se hacía, cómo lo conducía la presentadora». Pero yo me negué una y otra vez.

Si me daban la oportunidad de poder ponerme al frente de ese concurso tenía que ser por algo. Seguro que había un

motivo, y yo me dejé llevar por la intuición y llegué a la conclusión de que sólo podía ser por una razón: porque era YO. Era mi personalidad la que creían que podría encajar en ese nuevo proyecto.

Y allí me presenté para realizar la prueba, armado de valor y con mi personalidad por bandera. No creo que fuera la mejor prueba de mi vida, ni la más graciosa ni en la que hablé más rápido. Pero fui yo. Fui el mismo. El de siempre. El que corría detrás de las celebridades con un micro en la mano y unas gafas de sol en la otra, ese al que le gustaba desayunar todos los días con sus

padres, el que jugaba al FIFA en la PlayStation3 cada fin de semana con los amigos...

No era Christian Gálvez, como me conocerían en televisión.

Era Chris, como me conocían en casa y en el barrio.

Era YO, el de siempre. El de hoy.

*Sé tú mismo, ni te imaginas la cantidad
de cosas que puedes conseguir
con la sinceridad.*

Defínete en un tuit

El tuit de Leonardo

Si tuviese que elegir de entre todas las citas recogidas en los códices del maestro italiano, elegiría ésta como sentencia en forma de tuit:



*@Tienes_Talento:
«Mientras pensaba
que estaba
aprendiendo a vivir,
he aprendido cómo
morir».*

Es una gran frase (que Leonardo escribió y que nunca esperó que nadie leyese) que resume todo lo que se ha vivido, las expectativas generadas, la conciencia del (posible) error y de la rectificación (aunque sea innecesaria) y, sobre todo, de la autoconfirmación. Es una frase que resume una vida entera, escrita por y para Leonardo ¡y en menos de 140 caracteres!

El tuit de Christian

Un 15 de noviembre, durante un trayecto Madrid-Barcelona en AVE, probé a definirme en Twitter; más que

nada porque la cuenta de Facebook la tengo enfocada a mi grupo de amigos. Intenté hacer mi retrato en 140 caracteres mientras escribía estas líneas (quizá hoy o mañana me defina de otra manera, aunque espero que no).

¡Ojo! He dicho «definirme», que no «venderme» (al concepto de «venderse», en sentido positivo, llegaremos más adelante). Así que se me ocurrió hacer una amalgama de todo aquello que me gusta, que me define como soy, con mis gustos y mis rarezas..., y surgió esto:

@ChristianG_7:



«*Juego a Assassin's Creed, escucho heavy, coleccióno cómics, admiro a Iker Jiménez y escribo sobre Leonardo da Vinci. Ah! Y leo rápido».*

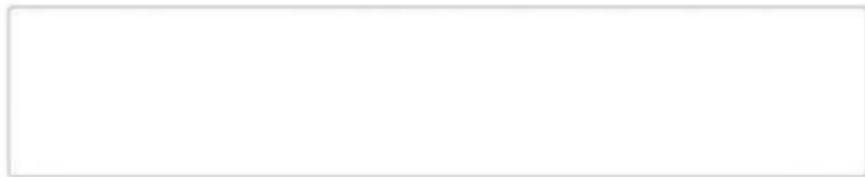
La reacción no se hizo esperar, comentarios como «Mi vida en un tuit», «Te falta tocar un instrumento», «¡Mi dios!», «Gracias por describirme», «Vamos, un *frikazo!*» aparecieron en pocos minutos en mi *timeline*.^[18] Tampoco es que tuviera mucha

repercusión: sólo 37 retuits. Pero de esos 37, 29 lo marcaron como «favorito». Y entonces te das cuenta de que hay más gente como tú, de que te pareces a muchas otras personas y que difieres de otras.

Quizá yo, personalmente, tenga más repercusión social que otra persona que pertenezca a un ámbito laboral menos público que el mío. Es obvio. Para darse cuenta de eso no hace falta tener más de 200 000 seguidores. Intenta probar con tu grupo de amigos y ya verás cómo se da el mismo resultado (recuerda el PASO 2).

Ahora te toca a ti: definete en el

recuadro de abajo. En 140 caracteres.
En un tuit. Ese tuit eres tú.



140

Twittear

*Si no eres capaz de definirte en 140 caracteres,
no sabes definirte.*

¿QUÉ ES LA MARCA PERSONAL?

Crear una marca personal y, sobre todo, gestionarla, es utilizar las técnicas del desarrollo personal para saber qué

te hace diferente de los demás y cómo y cuándo utilizarlo, así como para conseguir que la gente te vea de esa manera. Ganarás efectividad y credibilidad y mayor éxito en relaciones sociales y laborales.

PONTE A PRUEBA:

- Ponte delante del espejo y sincérate.
- Ponte delante de tus amigos, sincérate, y que te respondan. Sólo analiza (recuerda: análisis 360.^º).
- Definete en 140 caracteres.

«Véndete» en 140
caracteres. Ese tuit eres tú.

LA CITA:

«Tu personalidad es tu
herramienta, es tu MARCA
PERSONAL».

PARA SABER MÁS:

ANDRÉS PÉREZ ORTEGA

- *Marca personal:
cómo convertirse*

en la opción preferente, ESIC, Pozuelo de Alarcón, 2010.

- *Expertología,* Alienta, Barcelona, 2011.

NEUS ARQUES:

- *Y tú, ¿qué marca eres?: 12 claves para gestionar tu reputación personal,* Alienta, Barcelona, 2012.

TOM PETERS

- *50 claves para hacer de usted una marca,* Deusto, Barcelona, 2011.

S

VÉNDETE A TI MISMO

#CartaALudovicoSforzaDeMilán



Cómo vender tu marca personal

Si hemos seguido paso a paso los consejos del anterior capítulo ya tenemos nuestra marca personal. Pueden valer esos consejos o cualquier otro, puedes tardar poco tiempo en darte cuenta de cómo eres, quién eres y cuánto vales..., o bien puedes tardar mucho más. Lo importante es que te tomes el tiempo necesario para que cuando encuentres ese YO que buscas, lo admitas, lo quieras y lo defiendas a capa y espada.

Bien, ya tenemos ese YO, el YO que querías ser, el YO que ya eres, el YO que los demás perciben. Y, como toda marca, la tuya tiene sus pros y sus contras. Pero las carencias se tapan o se minimizan. Lo que importa vender es lo mejor de ti. Pero no es algo que tú decidas. Decide quién te quiere comprar.

Dice un gran amigo mío, creativo infinito y uno de los mejores expertos en marketing de este país, que para triunfar, o para que te compren como «producto», tienes que ser una de estas tres opciones:

El primero.

El único.

El mejor.

Y no le falta razón.^[19]

Puede que llegar a ser el **primero** en algo sea muy pero que muy difícil, ya que, hoy en día, todo o casi todo está inventado. Basta con ver esas películas de ciencia ficción en que aparecen monstruos. Esos seres monstruosos están diseñados a partir de partes de diversos animales que, al juntarlas, causan mejor efecto o dan más miedo que la misma película. O sea que los crean a base de copiar. A eso se le llama **MEJORAR**.

¡CAMBIO! → ¡MEJORA!

Para ser el **único** en algo en este mundo tienes que ser un ELEGIDO, es decir, algo así como Jesús de Nazaret, Leonardo da Vinci, Neil Am o Felix Baumgartner.^[20] Y podrías llegar a serlo. Pero si lo fueras, este libro no te serviría de mucho. De hecho, me serviría mucho más a mí tu experiencia que a ti cualquier cosa que yo te pueda contar aquí.

Entonces vamos con el tercero de los casos. Es decir, podrías ser el

mejor. Aunque no fueras el primero ni el único, podrías mejorar tus metas anteriores. Es lo que hacen los deportistas continuamente, día tras día. Mejorar, competir contra ellos mismos y contra unas marcas establecidas. Muchos deportistas entran convencidos de que no sólo son capaces de alcanzar nuevas marcas (cualquier objetivo, en tu caso), sino también de superarlas.

Por muy mal que esté el panorama laboral, conviene saber cómo son las empresas, qué necesidades tienen y cómo nuestras cualidades (nuestra marca personal y nuestros talentos) pueden

encajar ahí. Por muy alarmantes que sean las cifras del paro y por mucho miedo que den las subidas de la prima de riesgo (eso que tanta gente teme sin saber qué es),^[21] no podemos rendirnos y bajar los brazos. Hay oportunidades. ¿Pocas? Puede ser, pero una de ésas puede ser para ti. ¡Aprovéchala!

«*¿Tiempos difíciles? ¡Oportunidades inigualables!*»

Tom Peters

Ya sabes qué quieres vender: tequieres vender a ti. Cuando hablo de «venderte» no me refiero a prostituirte

empresarialmente, sino a que creas en ti y en tus posibilidades en el mundo laboral. Que te vendas como producto apetecible para mejorar otro producto, una empresa o a otras personas. Y que aquellos que te vean quieran «comprar» lo que ven.

Decide cómo quieres venderte y dónde quieres venderte. Es muy importante que tengas muy claro qué quieres para poder conseguirlo. Si quieres tomates tendrás que cultivar tomates. Nunca te pondrías a cultivar zanahorias o calabazas si tienes muy claro que lo que quieres son tomates. Parece un ejemplo muy estúpido y

simple, pero precisamente hablamos de eso, de simplicidades, de qué queremos, cómo lo queremos y dónde lo queremos.

Una de las mejores maneras de tener un poco más claro el cómo y el dónde es a través de la visualización. No se trata, absolutamente para nada, de seguir el ejemplo de Rhonda Byrne y su «secreto». NO. Visualízate tú, con tu marca personal, con lo que quieras vender (lo que vas a vender) dentro de unos años. ¿Dónde estarás? ¿Dónde te gustaría estar?

A partir de ahí, tu enfoque será mucho más nítido (aunque en capítulos posteriores te contaré cómo desenfocar

también te puede venir muy muy bien).

Si aun así tu enfoque todavía carece de la nitidez suficiente como para que sepas, una vez tensada la cuerda, dónde disparar la flecha, inténtalo, como comentamos antes, con las redes sociales. Pero no cometas el error que suele cometer la gente. Si vas a utilizar una red social para vender un producto (tu producto, TÚ) hazlo de verdad. No añadas sólo a amigos... ¡Ay! La realidad es que, normalmente, mucha gente utiliza las redes sociales sólo para poner a parir a gente que toma decisiones más o menos acertadas o al equipo contrario o a programas de televisión...

Tómatelo en serio. No utilices Facebook para venderte, a no ser que crees una cuenta exclusiva con ese único fin (una cuenta profesional y, a ser posible, con una cuenta Gmail, que suena más *pro* que una Hotmail). Hay empresas que tienen cuenta en Facebook y funciona muy bien; cuanta más gente pinche en «Me gusta», más notoriedad tendrá esa empresa en las redes sociales. Pero ahora no estás vendiendo tu empresa. Te estás vendiendo a TI MISMO.

Utiliza Twitter para darte a conocer, pero sé consciente de que en tres minutos tu información habrá

desaparecido. Es una herramienta de «marketing instantáneo» (y muy buena para vender algo cuando has adquirido un buen posicionamiento social, una buena marca personal sólida y muchos *followers*).^[22]

Es más que probable que quieras informarte de en qué redes sociales buscan personal las empresas. Puede que haya otras mejores, pero la que a mí me da excelentes resultados es LinkedIn.^[23] Es muy sencilla de usar (en pocos minutos completarás tu perfil) y tiene varias opciones: algunas más limitadas, que son gratuitas, y otras mucho más avanzadas, pero de pago. Éstas últimas,

de momento, no las necesitas. Crea una cuenta e investiga. Dedica tiempo de verdad. No estás gastando tiempo delante de un ordenador, estás invirtiendo tiempo en tu futuro, tu trabajo y tu vida. LinkedIn puede ser una herramienta estupenda no sólo para conseguir un trabajo, sino para decidir qué trabajo quieres.

¿QUIERES VENDERTE?



Que en la ilustración anterior estén marcadas con una «X» las redes Twitter y Facebook no significa que NO sean

útiles. Sí lo son, pero, como ya hemos remarcado, con unos condicionantes (Twitter = marca personal posicionada + perseverancia, y Facebook = cuenta profesional + dos dedos de frente).^[24]

Vuelvo a repetir que lo que plasmo aquí es lo que a mí me funciona, lo que le funciona a la gente de mi entorno (que no trabaja en televisión precisamente) y lo que dicen las estadísticas. Pero, por supuesto, TÚ y sólo TÚ puedes encontrar la mejor manera de VENDERTE.

A través de LinkedIn puedes, incluso, ampliar la red de contactos (lo que otros llaman «cartera de clientes»).

Si eres un joven emprendedor y decides que es el momento de arriesgar y montar una pequeña o mediana empresa, o bien si eres un *headhunter* (cazatalentos), seguro que puedes encontrar en la red gente con ganas de trabajar, de cambiar, de aprender, de mejorar, de VENDERSE. Gente como TÚ.

«*No se trata del saber, sino de los contactos.*»

Paul Arden

Paul Arden era, como Leonardo, un genio. Pero su campo de acción era la creatividad para campañas publicitarias

y escribir libros sobre marketing y creatividad. No estaría de más que te picase la curiosidad y ojearas la infinidad de (muy buenos) consejos que podrías aplicar a la hora de VENDERTE a ti mismo.

No cometas el error de colecciónar nombres. Almacena contactos de verdad. Debes ser selectivo, y debes saber qué te beneficia de tus contactos y cuán beneficiosa puede ser la relación para ambas partes. El provecho puede ser bidireccional.

Mira el enlace de mi cuenta, quizá te pueda servir como guía, o quizá no, pero ahí encontrarás mucho más de lo que

conoces simplemente por la televisión:
<http://www.linkedin.com/pub/christian-galvez/4a/135/417>

A partir de ahí, busca, compara, aprende, completa, solicita recomendaciones a personas con quienes hayas trabajado... Tienes un mundo de posibilidades abierto. APROVÉCHALO. Es GRATIS.

¿Lo tienes tan claro como para no necesitar usar una red social? ¿Sabes para quién quieres trabajar? ¿Sabes qué puedes ofrecer para que lo que ofrezcas sea imposible de rechazar? Suelta el libro que tienes entre las manos y vuelve a cogerlo cuando hayas conseguido esa

entrevista de trabajo.

Ten fe en tus posibilidades, en tus cualidades, en lo que te hace diferente. Quizá no seas el mejor, pero sí especial. Pueden surgir muchas preguntas en esa entrevista de trabajo. Ponte en el lugar del otro (este aspecto lo desarrollaremos más adelante) y haz una lista de las preguntas que harías si tuvieras una empresa y recibieras a un candidato como TÚ. Da respuestas a todas esas preguntas, improvisa incluso, si hace falta, un par de chascarrillos que funcionen para romper el hielo, pero que nunca crucen la delgada línea entre el humor y la falta de respeto.

No lo olvides, si tienes tu MARCA PERSONAL y sabes DÓNDE venderla y CÓMO venderla, entonces usa todas tus armas y, como si intentases conquistar a una persona, como diría Guy Kawasaki: [25] CAUTIVA.

El primer y mejor currículum de la historia

Como no podía ser de otra manera, y para mostrarte cómo incluso un genio universal tiene que saber venderse, voy a comentar ahora el mejor y más claro ejemplo de currículum vitae (CV) de la historia. Más que un currículum al uso, podríamos denominarlo «solicitud de empleo», pero, al fin y al cabo, la finalidad o el resultado que buscamos es el mismo: conseguir algo de alguien. En

este caso, un trabajo.

Nadie puede VENDERTE mejor que TÚ mismo.

Ésta es la carta íntegra que Leonardo da Vinci remitió al duque de Milán Ludovico Sforza, llamado el Moro, cuando el genio contaba con 30 años de edad:

A Ludovico el Moro.

Después, señor mío ilustrísimo, de haber visto y

*examinado ya suficientemente
las pruebas de cuantos se
reputan maestros en la
construcción de aparatos
bélicos, y de haber comprobado
que la invención y el manejo de
tales aparatos no traen
ninguna innovación al uso
común, me esforzaré, sin
detrimento de nadie, en
hacerme oír de Vuestra
Excelencia para revelarle mis
secretos; ofreciéndole, para la
oportunidad que más le plazca,
poner en obra las cosas que, en
breves palabras, anoto en*

seguida (y otras muchas que sugieran las circunstancias de cada caso):

1. He concebido ciertos tipos de puentes muy ligeros y sólidos y muy fáciles de transportar, ya sea para perseguir al enemigo o, si ocurre, escapar de él; así como también otros seguros y capaces de resistir el fuego de la batalla y que puedan ser cómodamente montados y desmontados. Y procedimientos para incendiar y destruir los del contrario.

2. Sé cómo extraer el agua de los fosos, en el sitio de una plaza, y construir puentes, catapultas, escalas de asalto e infinitos instrumentos aptos para tales expediciones.

3. Si la altura de los terraplenes y las condiciones naturales del lugar hicieran imposibles en el asedio de una plaza el empleo de bombardas, yo sé cómo puede arruinarse la más dura roca o cualquier otra defensa que no tenga sus fundaciones sobre la piedra.

4. Conozco, además, una

clase de bombardas de cómodo y fácil transporte y que pueden lanzar una tempestad de menudas piedras, es tanto el humo que producen que infunde espanto y causa gran daño al enemigo.

5. En los combates navales, dispongo de aparatos muy propios para la ofensiva y la defensiva, y de navíos capaces de resistir el fuego de las más grandes bombardas, de la pólvora y los vapores.

6. También he ideado modos de llegar a un (¿punto?)

preindicado a través de excavaciones y por caminos desviados y secretos, sin ningún estrépito y aun teniendo que pasar por debajo de fosos o de algún río.

7. Ítem, construiré carros cubiertos y seguros contra todo ataque, los cuales, penetrando en las filas enemigas, cargados de piezas de artillería, desafiarán cualquier resistencia. Y en pos de estos carros podrá avanzar la infantería ilesa y sin ningún impedimento.

8. En caso de necesidad, haré bombardas, morteros y otras máquinas de fuego, bellísimas y útiles formas, fuera del uso común.

9. Donde fallase la aplicación de las bombardas, las reemplazaré por catapultas, balistas, trabucos y otros instrumentos de admirable eficacia, nunca usados hasta ahora. En resumen, según la variedad de los casos, sabré inventar infinitos medios de ataque o defensa.

10. En tiempos de paz creo

poder muy bien parangonarme con cualquier otro en materia de arquitectura, en proyectos de edificios, públicos o privados, y en la conducción de aguas de un lugar a otro. Ítem, ejecutaré esculturas, en mármol, bronce y arcilla, y todo lo que pueda hacerse en pintura, sin temer la comparación con otro artista, sea quien fuere. Y, en fin, podrá emprenderse la ejecución en bronce de mi modelo de caballo que, así realizado, será gloria inmortal

y honor eterno de la feliz memoria de vuestro señor padre y de la casa de Sforza.

Y si alguna de las cosas antedichas parecieran imposibles o no factibles, me ofrezco de buena gana a experimentarlas en vuestro parque, o en el lugar que más agrade a Vuestra Excelencia, a quien humildemente me recomiendo.

**LEONARDO DA
VINCI.
FLORENTINO**

De estos párrafos de puro marketing personal destacaremos lo siguiente:

- Leonardo buscaba empleo y sabía para QUIÉN quería trabajar: Ludovico Sforza.
- Leonardo sabía DÓNDE quería trabajar: Milán.
- Leonardo se había informado lo suficiente como para saber QUÉ quería/necesitaba aquel para el cual quería trabajar: técnicas y máquinas bélicas.
- Leonardo dominaba como

nadie el arte de la psicología. En este escrito desprecia a la competencia de una manera elegante y a la vez se muestra imprescindible (o ÚNICO).

- Leonardo utiliza la comunicación PERSUASIVA en toda la carta.
- Leonardo no tenía en cuenta la opinión de terceros. Quería el trabajo. Y lo pretendía aun poniendo su inteligencia al servicio de la guerra, lejos del arte y de

las letras (excepto en tiempos de paz). A eso, hoy lo llamaríamos SACRIFICIO.

- Leonardo CONSIGUIÓ el trabajo.

Cualquier lector puede interpretar que no es un currículum al uso. Pero pensemos por un momento en el alma de un currículum. Pensemos en el CONTENIDO y no en la FORMA.

Al fin y al cabo, un CV es la manera más rápida y eficaz de demostrar (*online* o en papel) lo que uno sabe hacer y cómo se ha preparado para ello.

La única diferencia es que Leonardo no te dice lo que ha hecho y de qué forma lo ha hecho (la única referencia a la pintura es muy breve). Te vende lo que puede hacer y cómo lo puede hacer, incluso casi exigiendo que le den la oportunidad de demostrar que no todo son palabras. Me parece brillante la idea de ir un paso más allá e intentar demostrar a cualquier empresa a la que estés pensando remitir tu CV qué eres capaz de hacer por ella y de qué manera.

Quizá es lo que marca la diferencia.

Quizá haya decenas de personas que tengan una formación similar a la tuya, con estudios del mismo nivel e incluso

superiores a los tuyos.

¿Qué puede marcar la diferencia? Lo que estés dispuesto a HACER. Los SACRIFICIOS y RIESGOS que estés dispuesto a asumir. Leonardo lo hizo así y, aunque al final no llegó a realizar ni la mitad de lo que sugirió a Ludovico, fue contratado, fue probado, cumplió con creces y pasó a la historia.

Una decisión, un sacrificio o un riesgo pueden decantar la balanza a TU favor.

Lo que marca la diferencia es lo que estás dispuesto a hacer por algo o alguien.

Tu eres el mejor promotor de ti mismo

Sí, ahora es cuando te cuento parte de mi vida y satisfago los deseos de algún cotilla siempre ávido de curiosidades televisivas, cosa que me agrada por otra parte. Pero lejos de ser un mero cotilleo o constituir un material insustancial, creo que puede serte muy útil que yo cuente aquí lo que tuve que hacer para conseguir mi primer trabajo en televisión.

El 30 de abril de 1996 (cuando yo contaba con dieciséis primaveras) se

emitió el capítulo 8 de la segunda temporada de la mítica serie «Médico de familia»^[26] (titulado *Cuando digo no, es no*), una serie con multitud de premios y que consiguió que muchas familias se sentaran delante del televisor para disfrutar de una serie de familia para la familia, una de las mayores precursoras de la introducción de la técnica llamada *product placement* en la pantalla, que no es otra cosa que el emplazamiento publicitario de productos o marcas comerciales dentro de la ficción sin necesidad de hacer mención explícita de ellos.

Hoy en día, toda la actividad

publicitaria está mucho más regulada, pero, de las series de aquel entonces, ¿quién no recuerda aquellos eternos diálogos en la cocina con los actores usando envases de leche o paquetes de cereales cuya marca aparecía bien visible para el espectador? Ahora caemos, ¿verdad? Pues eso es el *product placement*, y hoy en día se utiliza a lo bestia.

Y ¿por qué teuento todo esto? Porque, al fin y al cabo, este capítulo trata de vender, ¡de venderte tú!

Ese día fue mi primera aparición en televisión. Un personaje episódico, de esos que sólo aparecen una vez y no

tienen ninguna trayectoria en la serie, aunque, eso sí, fue mi primera y gran experiencia. No os contaré la trama del capítulo porque no viene al caso. Pero lo que sí que os contaré es cómo conseguí hacer mi primer «cameo»^[27] en la serie televisiva de más éxito por aquél entonces en nuestro país.

Yo era un estudiante de BUP, de los regulares tirando a casi buenos, pero que no destacaba en nada. Tampoco es que me matase entonces la idea de trabajar en televisión (quién me lo diría ahora). Mi verdadero sueño era ser cantante en una banda de rock. Nada de futbolista ni cosas de éas. Pero surgió

la oportunidad. La oportunidad de aparecer en LA serie. Así que con todo mi morro me presenté al *casting*. Era el típico casting, chicos por aquí y por allá, montones de papeles dispersos que contenían el guión de la prueba... Cabe destacar que el *casting* lo dirigía el mismo director de la serie.

Lo recuerdo como si fuera ayer. En los *casting*, al menos en los años noventa, había un «protocolo» que incluía:

- Mirada al frente
- Nombre completo
- Edad

- Agencia
- Perfil derecho
- Perfil izquierdo
- Texto

A veces, incluso, te preguntaban qué tipo de estudios relacionados con la interpretación tenías o cuál era tu experiencia laboral en el sector. Mi respuesta, ese día, cayó como una losa: «Ninguna».

—¿Ninguna? —preguntó alguien de allí (no recuerdo bien quién).

—Ninguna —volví a repetir, y añadí —: Pero siempre hay una primera vez.

Eso le gustó al director de *casting*,

que se puso a repasar un par de veces el texto antes de que yo lo representara ante la cámara. No desvelaré la trama del texto ni de mi pequeña, minúscula, insignificante aportación a la serie, pero quien quiera, si todavía tiene curiosidad, puede indagar en Youtube.

Al finalizar la grabación del texto el director me sorprendió con una pregunta:

—¿Sabes hacer algo que no sepa hacer nadie?

—Sí, claro —respondí sin ni siquiera pararme a pensar por qué me estaba «vendiendo» de aquella manera...

—¿Y qué es? —me preguntaron varios con expectación.

—Sé hacer de huevo frito — contesté, muy seguro de mí mismo.

—Eso tenemos que verlo —me dijeron entre carcajadas.

Así que, con todo el morro del mundo, me estiré en el suelo con la cara mirando al techo, empecé a temblar como si acabara de meter los dedos en un enchufe eléctrico y, al mismo tiempo, me puse a hacer pompas de saliva con la boca.

Es muy difícil describirlo, lo sé. Queda mucho más gracioso verlo en directo. Lo sé porque mis amigos

disfrutaban un montón cada vez que escenificaba el gracioso «huevo Gálvez frito», y allí, en aquel momento y olvidándome de los prejuicios, decidí utilizar el recurso que ya tenía testado en mi entorno personal. Yo tenía sólo un cartucho, pero era MI cartucho. Y tenía que utilizarlo. Las carcajadas, en aquella ocasión, no provenían de personas que ya me conocían, sino de gente que podría contratarme. Al final, gracias a un huevo frito, me dieron el pequeño pero muy agradecido papel.

En depende qué entrevistas o reuniones de empresa, quizá no sea adecuado hacer de huevo frito, pero el

mensaje con el que tienes que quedarte es que los imprevistos surgen, y tienes que estar preparado para usar tus recursos. Para eso tienes que conocerte, haber creado esa marca personal de la que hablábamos y, sobre todo, saber venderla. Y recuerda: la mejor improvisación es la que ya has preparado con antelación. Qué mejor prueba que esta cita de Winston Churchill.

*«Llevo toda la mañana ensayando las frases
que improvisaré esta noche.»*

Winston Churchill

Marketing personal en un tuit

El tuit de Leonardo

Leonardo, en muchos de sus escritos, mostraba cierta tendencia a hablar sobre sí mismo en tercera persona, como reclamo, como consejero o, a veces, simplemente para evitar olvidarse de algo... Era tal la espontaneidad en sus escritos que, en mitad de una investigación científica, anotaba cosas que no debía olvidar, como las cuentas domésticas. Por eso, de entre todas sus

citas dignas de ser destacadas, propongo ésta:



***@Tienes_Talento:
«Mediocre es el
alumno que no
sobrepasa a su
maestro».***

Es una máxima brillante, no sólo para sus aprendices, sino también para él mismo. Recordemos el capítulo anterior, en el que buscábamos una marca personal, nuestra marca personal. Recordemos su escritura especular. ¿Te imaginas a Leonardo da Vinci delante de

un espejo pronunciando esa frase como fuente de inspiración?

Por supuesto que sí. Quizá ese tuit no sea la mejor manera de venderse, pero, después del currículum que hemos leído, ¿quién se atreve a decirle nada?

El tuit de Christian

Aquí surge el problema. ¿Cómo vender un producto —YO— que ya está comprado? Pues, aunque parezca mentira, este dilema tiene una respuesta tan rápida como lógica: tengo que demostrar, día tras día, que soy el mejor producto que una empresa quiere tener.

Para bien o para mal, uno tiene que

demostrar a diario que es la persona indicada para su trabajo, sobre todo si es un puesto de trabajo disputado, por varios motivos:

En el ámbito personal: para evitar la rutina y evolucionar y mejorar en tu puesto de trabajo. NUNCA serás perfecto, pero NUNCA dejarás de intentarlo. Sobre todo cuando tu trabajo depende del número de canal de televisión que el espectador quiera pulsar en su mando a distancia.

En el ámbito laboral: en el trabajo, la competencia es cada día más y más intensa y agresiva. Al menor descuido,

uno puede descubrir que hay muchos que tienen una carta como la de Leonardo a punto de ser entregada, una carta que podría incluso aludir a los fallos que TÚ tienes y a lo buenos que pueden ser ellos en TU puesto.

Si tuviera que venderme en un tuit, lo tendría muy claro:



@ChristianG_7:
«No soy ni mejor ni peor que los demás presentadores. Soy DIFERENTE.
Enciende la cámara».

Si estás leyendo esto y tienes una productora, ponme a prueba.

Si no la tienes, cópiame el tuit y sustituye «presentadores» y «cámara» por lo que tú quieras.

Y VÉNDETE:



140

Twittear

*Si no eres capaz de venderte en 140 caracteres,
no sabes venderte.*

¿QUÉ ES EL MARKETING PERSONAL?

Es la estrategia que debes seguir para vender de la mejor manera posible todo lo que constituye tu marca personal: lo que has adquirido (formación, experiencia, habilidades, etc.) y lo que puedes demostrar (sacrificio, cambio, mejoría, etc.).

PONTE A PRUEBA:

- Elige una empresa para la que te encantaría trabajar (puede estar vinculada a tu formación o no).

- Como posible consumidor de sus productos, analízala, disecciona los pros y los contras. Busca sus puntos débiles y tus puntos fuertes. Ejerce de jefe de personal y entrevístate.
- Sin menospreciar para nada ese currículum que tanto esfuerzo (y dinero) te ha costado conseguir, realiza uno en paralelo. Poténciate, védete. Escribe una carta con todo lo que podrías hacer por esa empresa. Todo lo que podrías hacer

de VERDAD. Sedúceles, persuádeles, cautívales, véndete... Pero vende REALIDAD.

- Si tienes el suficiente valor, mándala.

LA CITA:

«Conoce bien el producto y véndelo bien.

El PRODUCTO eres TÚ».

PARA SABER MÁS:

RISTO MEJIDE (sobre

marketing y cómo vender molestando)

- *#Annoyomics: el arte de molestar para ganar dinero*, Gestión 2000, Barcelona, 2012.

TOM PETERS (sobre marketing)

- *Las pequeñas grandes cosas: 163 trucos para*

conseguir la excelencia, Deusto, Barcelona, 2012.

JAN VERMEIREN (sobre LinkedIn y cómo utilizarlo)

- *LinkedIn: consigue una red de contactos para tu éxito, Pearson, Madrid, 2012.*

GUY KAWASAKI (sobre

cautivar)

- *El arte de cautivar*,
Gestión 2000,
Barcelona, 2011.

3

MÉTODO CIENTÍFICO
DE LA OBSERVACIÓN

#CodexAtlanticus



Sé curioso. Tú decides qué te sirve y para qué

Partamos de la base de que la OBSERVACIÓN está incluida en el método científico, que se divide en: observación, elaboración de hipótesis, predicción de consecuencias lógicas, experimentación, revisión y, por último, obtención de conclusiones. Eso mismo se puede aplicar en tu vida personal y, por supuesto, laboral cuando te dispongas a afrontar un nuevo proyecto. Y todo parte de la observación.

La observación también es

fundamental en el *coaching*. Gracias al método de la observación se encuentran las soluciones a través de las alternativas que se nos presentan. Éste es el desarrollo del proceso entre el *coach* (entrenador) y el *coachee* (pupilo) que recibe los conocimientos:

1. **Observar:** contemplar los nuevos puntos de vista resulta fundamental para encontrar soluciones.
2. **Tomar conciencia:** hemos de ser conscientes de las elecciones que tomamos y sus consecuencias.

3. Determinar objetivos: fijar metas es algo fundamental que sirve de guía para tomar decisiones de acuerdo con nuestros talentos.

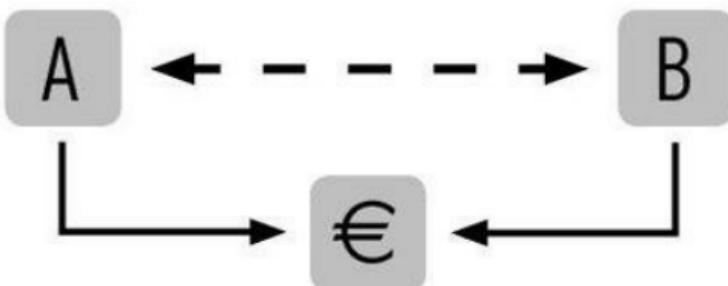
4. Actuar: pasar a la acción de forma consecuente con nuestros valores y nuestros talentos, y hacerlo de manera perseverante a lo largo del tiempo.

5. Medir: debemos mesurar la eficacia de nuestras acciones y ser conscientes de si nuestra manera de

obrar nos acerca o nos aleja de nuestro objetivo principal.

A partir de ahí, si observamos bien, nos daremos cuenta de que durante nuestro camino estaremos rodeados de rivalidad. Y me he aventurado a clasificar los tipos de competencia que, a mi parecer, nos podemos encontrar en el ámbito laboral.

ESTÁS RODEADO DE RIVALES.



Son tres, a grandes rasgos:

1. **Competencia externa:** es bastante fácil de localizar. Son todas aquellas empresas del mismo sector en el cual decides potenciar tus talentos y que luchan

contra la tuya por el monopolio del mercado: Real Madrid vs. Barça, Apple vs. Microsoft, Adidas vs. Nike, etc. Además, sin este tipo de competencia, no hay alicientes para mejorar un producto.

2. **Competencia interna:** ésta cuesta más trabajo identificarla, ya que la tienes dentro de tu propia empresa. Lamentablemente, el trabajo en equipo no es una fórmula que se aplique

con el ciento por ciento de efectividad, ya que la envidia y la ambición se encargan de que un compañero desee tener tu puesto, tu asiento y tu sueldo. Tienes que demostrar día a día que eres la mejor persona para desempeñar la tarea que te ha sido asignada. Eso no significa que no aspires a más, pero tus aspiraciones deben ir acorde con tus talentos y con tus límites. Ahí es donde entra el tercer

tipo de competencia.

3. **Autocompetencia:** me refiero a la competencia contigo mismo. Demostrarte cada día que eres capaz de aceptar responsabilidades, ser efectivo en tu trabajo y mantener un margen de mejora a pesar de lo que vales. Esto no sólo significa que puedes desarrollar aún más tus talentos, sino que quizás podrías descubrir uno nuevo. A eso se le llama POTENCIALIDAD, lo que aún no es pero tiene la

posibilidad de ser, ocurrir o desarrollarse.

«Gran parte de las experiencias que he hecho sobre mí mismo las hice observando las particularidades de los demás.»

Ch. Friedrich Hebbel

Ese potencial es lo que te va a permitir abrir nueva puertas y generar nuevas OPORTUNIDADES. Y, para ello, no hay nada mejor que OBSERVAR: ver, distinguir, analizar lo que te rodea, elegir los objetivos a conseguir y los pasos necesarios para su consecución.

Pero la observación debe ser tomada como una acción interactiva, es decir, un método en el que tienes que participar. En efecto, debes involucrarte personalmente en lo que te rodea y en lo que quieras analizar para sacar un provecho o una ventaja. De hecho, el aprendizaje por medio de la observación puede darse a través de un descubrimiento, un método que se utiliza en el desarrollo escolar.

Pero, para sacar ventaja, para ir un paso por delante o, simplemente, para orientar el ciento por ciento de tus talentos hacia un fin determinado, necesitas prestar ATENCIÓN. Prestar

atención no sólo es tu capacidad para entender algo, sino también para tenerlo en cuenta. Puedes entenderlo perfectamente, pero si no lo tienes en cuenta, ya sea para aplicarlo o bien para desecharlo, no sirve de nada.

«No miréis hacia atrás con ira, ni hacia adelante con miedo, sino alrededor con atención.»

J. Thurker

Para sacarle una utilidad práctica, la atención debe ser activa y voluntaria, es decir, una atención ejercida como acto consciente. Eso te ayudará a discernir

qué no te sirve y qué te sirve, y, además, para qué te sirve.

Te pondré un ejemplo muy sencillo. Imagínate que trabajas para una empresa. Gracias a un análisis hecho público por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), todo el mundo habla de que China se convertirá en la primera potencia mundial en 2016, superando a Estados Unidos, y de que Alemania será el país que menos crecerá en las próximas cinco décadas.^[28]

Conozco gente que se ha planteado la aventura laboral germánica ante la falta de oportunidades aquí. Yo me

pregunto: ¿no será más fácil la opción asiática?, pero, es verdad, cada uno elige su propio camino y va forjando su destino.

Sea cual fuere tu situación o tu elección, quizá no te puedas permitir estudiar un idioma (aunque sólo sea aplicado a empresas y a los negocios), pero sin duda sí puedes permitirte comprar un libro con el que aprender unas ligeras nociones de alemán o de chino. Permítete ser curioso, y, a partir de tu curiosidad, decide si te sirve cualquiera de esos idiomas y, sobre todo, para QUÉ te sirve.

No esperes que venga nadie y te

diga: «Deberías estudiar chino». Y menos si es alguien de tu sector y competencia interna o externa, porque posiblemente esa persona ya esté estudiando ese idioma para intentar sacar ventaja. ¿Que los idiomas no son para ti? Por necesidad, al final, todo es para todos. No valen excusas.

*«Es un milagro que la curiosidad sobreviva
a la educación reglada.»*

Albert Einstein

En tu lucha constante por mejorar, también debes prestar atención a quienes te rodean. Ya hemos visto que estarás

rodeado de competencia, pero también de gente que lleve el compañerismo por bandera. Poco a poco los irás enfocando, y puede que se forje una sólida amistad con alguna de esas personas. Hay que estar atento. No te lo puedes perder.

Pero también puedes estar rodeado de gente incompetente que quizá no suponga un peligro como competencia ni vaya a convertirse en los mejores amigos de tu vida. Lo más importante es que no te dejes arrastrar por su incompetencia. Cuando haya alguien no apto para su trabajo a tu lado pueden pasar dos cosas: que la ineptitud se

apodere de ti y merme tus capacidades y tus talentos o, por contraste, que esa ineptitud haga resaltar tus valores y tus talentos haciéndote destacar aún más. No se trata de EGOÍSMO por tu parte, se trata de PEREZA por parte de otros.

Según Michael J. Gelb, autor de *Atrévase a pensar como Leonardo da Vinci* y otros libros relacionados con el pensamiento creativo, el aprendizaje rápido o el liderazgo en las relaciones personales, son siete las claves para llegar a convertirte en un genio:

1. **Curiosidad:** la búsqueda del aprendizaje continuo.

2. **Demostración:** el contraste entre el conocimiento y la experiencia.
3. **Sensación:** aprovechar los sentidos para vivir «esa» experiencia.
4. **Sfumato:** abrazar la ambigüedad y la paradoja (como veremos en el capítulo 5).
5. **Arte y ciencia:** el desarrollo del equilibrio entre la lógica y la imaginación.
6. **Corporalidad:** el cultivo del equilibrio.

7. Conexión: el reconocimiento de la conexión de las cosas y los fenómenos que ocurren.

Posiblemente, lector, ya te hayas dado cuenta. La primera clave para convertirte en un genio, según Gelb, es la CURIOSIDAD. De hecho, que ahora tengas entre tus manos este libro significa que tienes esa virtud, la de la curiosidad.

A través de la **curiosidad**, la **atención** y la **elección** de lo que te sirve y de lo que no te sirve, pasarás, como diría Álvaro González-Alorda,^[29] de ser

espectador a ser el protagonista.

El camino de la autoformación

Ya lo apunté brevemente en la introducción: Leonardo da Vinci tuvo serios problemas en su formación, o al menos así lo señalan los grandes estudiosos leonardianos. Hijo ilegítimo, y recluido posiblemente los primeros 5 años de su vida en Anchiano, a 3 kilómetros de Vinci, no fue sino hasta que pintó una rodeda que su padre, Piero da Vinci, decidió llevarlo al taller de Andrea del Verrochio, en Florencia, a la edad de 14 años.



Casa natal de Leonardo da Vinci en Anchiano, a 3 km. de Vinci. Foto de Christian Gálvez.

Durante 6 años, Leonardo aprendió artes como la pintura y la escultura. Gracias a su gran imaginación creativa y su maestría con el pincel, Leonardo superó en poco tiempo a su maestro. Pero, a medida que crecía, iba tomando

conciencia de sus necesidades. Cuantas más inquietudes tenía, más ansias de aprendizaje brotaban. Más tarde que otros artistas de su generación, Leonardo aprendió latín y griego, lo que le abrió un mundo desconocido hasta entonces a través de los libros.

El hecho de que no hubiera tenido acceso a estudios superiores fue una carga para alguien como él, con tantas ganas de saber, como demuestra este escrito en el que se defiende a sí mismo y al arte de la pintura:

*Porque no soy instruido,
algunos presuntuosos creen*

poder vituperarme, alegando que no soy un humanista. Estúpida casta... Dirán que, al no tener instrucción, no puedo decirles lo que quiero expresar. Andan inflados y pomposos, vestidos y adornados no por sus trabajos sino por los de otros, y discuten los míos. A mí, que soy inventor y tan superior a ellos, engañadores y declamadores, recitadores de las obras de otros y por lo tanto despreciables. Si es equivocadamente, escritores, que la habéis [a la pintura]

dejado fuera de las artes liberales, ¿por qué habéis puesto la música entre las artes liberales? ¡O bórrala o incluye la pintura! Y si la llamáis mecánica porque se hace por dinero, ¿quién cae más que vosotros en ese error, si se le puede llamar un error? Si leéis para las escuelas, ¿no vais acaso a la que mejor os paga? ¿Hacéis alguna obra sin ningún beneficio?

Pero Leonardo da Vinci era un luchador constante y un investigador

nato. Deseaba conocerlo absolutamente todo, ya que para él era el paso previo antes de amar u odiar cualquier cosa.

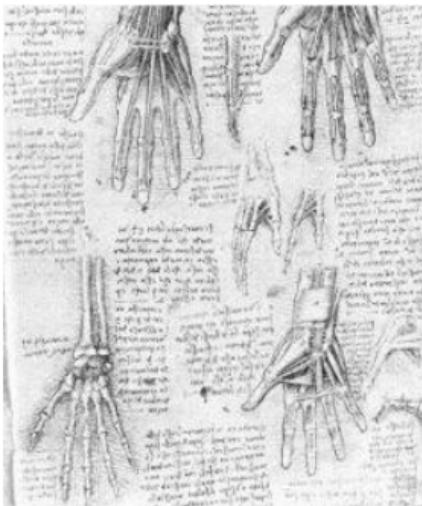
«Es imposible amar algo ni odiar algo sin empezar a conocerlo.»

Leonardo da Vinci

Leonardo no paraba de curiosear, desde los primeros años de su vida hasta los últimos días de su aventura, en Amboise. Y su curiosidad se basaba en el deseo, ya que sin éste, la memoria, a su juicio, se deterioraría. Esa curiosidad le llevaba a experimentar; los experimentos le aportaban

conocimientos, y eran estos conocimientos lo que recogía en sus famosos códices.^[30] En ellos apuntaba cualquier cosa digna de ser objeto de estudio.

Su predisposición para conocer el interior del ser humano le llevó incluso a realizar disecciones en cadáveres y registrar por escrito cada parte de la anatomía humana con todo lujo de detalles.



No había límites para el genio florentino. Cuanto más capaz era de comprender que no necesitaba a nadie para ampliar sus conocimientos, menos límites se ponía él mismo. Incluso yo, después de varios años persiguiendo al renacentista Leonardo, me he llegado a asombrar de ciertas anotaciones y bocetos a priori imposibles de plasmar,

como, por ejemplo, el que representa, en hemisección, a una pareja practicando el coito:



Éste es para mí, sin duda alguna, un ejemplo máximo de su curiosidad, capacidad de estudio y escenificación en

su búsqueda del conocimiento. Seguro que, si aún no conocías este dibujo, tú también te has quedado asombrado. He de recordarte que este dibujo está realizado a finales del siglo XV o principios del siglo XVI, y era la primera vez en la historia que a alguien se le ocurría hacerlo, y que se atrevía a hacerlo.

Quiero volver a insistir. La pura autoformación leonardiana viene siempre a través de la curiosidad, la observación y la acción. Estos dibujos anatómicos pertenecen a la colección privada de la Corona Real Británica y fueron expuestos al público, entre mayo

y octubre de 2012, en la Queen's Gallery del Buckingham Palace, en Londres.

Pero la necesidad de comprensión de Da Vinci iba mucho más allá del ser humano. Leonardo estaba también fascinado por el reino animal, y lo estaba de manera tal que se hizo vegetariano. Fue, en definitiva, un fiel defensor de los animales y, por lo tanto, de su libertad, tal y como nos cuenta Giorgio Vasari.

Lo demuestra el hecho de que, a menudo, cuando pasaba por lugares donde vendían pájaros, los sacaba con sus propias manos de la jaula y,

pagándoles a los vendedores el precio que se le pedía, los echaba a volar, restituyéndoles la libertad perdida.

De hecho, bastante conocidos son sus estudios de los vuelos de los pájaros, los gatos o los caballos, de nuevo todos ellos basados en la OBSERVACIÓN.



Precisamente, a través de los bocetos de los equinos, su objetivo era construir la estatua ecuestre más grande del mundo en honor a Ludovico Sforza (¿recuerdas la carta de Leonardo en el capítulo anterior?). Da Vinci realizó un molde en arcilla, pero la obra en bronce no pudo ser finalizada, porque el metal necesario fue destinado a la construcción de cañones para la inminente batalla de Fornovo (cerca de Parma), en la que la Liga de Venecia expulsó temporalmente a los franceses.

«Todo conocimiento comienza por los sentimientos.»

Leonardo da Vinci

Aunque el molde quedó enormemente destruido, a finales del siglo XX se realizaron dos réplicas del caballo de Leonardo, encargadas a la escultora Nina Akamu. En 1999, una de ellas se instaló en Michigan, y la otra a la entrada del hipódromo de Milán (enfrente del mítico estadio de fútbol de San Siro). Tal proyecto fue promovido por Charles Dent, ex piloto de líneas aéreas estadounidense (fallecido en 1994), y continuado por Frederik

Meijer, propietario de una cadena de supermercados en Michigan.



Todo lo que la brillante mente de Leonardo da Vinci fue capaz de concebir se lo debemos al método científico de la observación. Hoy en día, en pleno siglo XXI, con internet al alcance de todos, ¿qué no seríamos capaces de hacer si

nos picara la curiosidad?

De magisterio a los premios ondas

No estudié comunicación. Ni siquiera periodismo. Aprobé la selectividad y quise ser profesor. Así que me matriculé en Magisterio de Educación Primaria. No llegué a terminar la diplomatura (no os fiéis siempre de la Wikipedia) porque me dediqué en cuerpo y alma a la televisión.



Y me dedico al espectáculo televisivo gracias a la OBSERVACIÓN. Si te dijera que lo hice a posta desde un primer momento, mentiría. No era tan listo por aquel entonces, ni creo que lo sea en estos días. A la larga, me di cuenta de que todo había sido fruto de la autoformación. De eso fui consciente un día, mientras estaba sentado tranquilamente con mis padres y

repasaba punto por punto cómo había llegado hasta aquí.

Muchos se podrían sentir ofendidos, ya que hay gente licenciada en carreras universitarias que sí tiene como objetivo la labor que desempeño hoy en día, y tiene capacidades. Pero yo he puesto una capacidad que NO se enseña en las escuelas. Y se trata precisamente de esto: guiarte por tu intuición, ser curioso y poder decidir qué te vale y qué no. Los planes de estudio (cada vez peores, todo hay que decirlo) tienen un esquema demasiado rígido de asignaturas obligatorias y una serie de materias optativas. Pero no puedes elegir cómo te

quieres formar en función de:

- Tus valores.
- Tus talentos.
- Tus objetivos.

Creo que el sistema educativo siempre ha tenido fallos (lo dice uno que estudió magisterio). Desde pequeños nos daban a elegir entre ética o religión como asignaturas. Yo siempre defendí la obligación de estudiar las dos y, además, no estudiar sólo la religión que la mayoría de los españoles profesa. Sería altamente recomendable estudiar historia de las religiones, ya que, junto a

la asignatura de ética, nos ayudaría a entendernos todos mucho mejor.

Añadiré un ejemplo más. Siempre nos enseñan, desde muy pequeños, que disponemos de cinco sentidos: vista, oído, olfato, gusto y tacto. Creo muy humildemente que en eso hay un error. Falta un sentido, quizá el más importante de todos, el que hace que los otros cinco focalicen lo que queremos ver/ser: el SENTIDO COMÚN, localizado en la mente. Este sexto sentido es el que, mediante la curiosidad o la atención, nos permite discernir entre lo que nos conviene y lo que no.

El sexto sentido: el sentido común.

Yo soy comunicador profesional, pero, primero a través de mi curiosidad, después gracias a mi atención y por último con la continuidad de mi perseverancia, me he autoformado con tanta pasión como la del más brillante estudiante de historia del arte. Esto no significa, ni mucho menos, que yo sepa más que ese supuesto estudiante. Para nada. Posiblemente yo sepa bastante menos, ya que me he centrado de momento en el Renacimiento italiano.

Sólo hablo de lo que supone sentir pasión por algo, la misma pasión que ha traído este libro a tus manos.

A través de la autoformación, en «Caiga Quien Caiga» estuve a la altura de mis compañeros, todos ellos periodistas. Nunca diré quién era mejor que quién, porque todos y cada uno de mis compañeros eran brillantes. Pero yo, recién abandonada la carrera de magisterio, tenía que aprender a comunicar, a preguntar, a saber escuchar y a volver a preguntar..., algo que para mí no era para nada fácil. Pero lo conseguí. Sólo dos motivos bastaban para dejarme el alma en el empeño: el

primero, me gustaba el trabajo; el segundo, necesitaba el trabajo.

Venía de una etapa de mi vida en la que mi situación económica no era boyante precisamente. Nunca me puse un límite; intentaría mejorar día a día. No puedo asegurar lo mucho que aprendí, pero no puedo decir tampoco que no me haya ido bien.

Pasa lo mismo que con cualquiera de los programas que he tenido el placer de dirigir como presentador. A veces, incluso, la gente me preguntaba: «¿Por qué haces ese programa si no te pega?». Y siempre he contestado lo mismo: «Para seguir aprendiendo y seguir

mejorando». Quizá haya presentado programas en los que, a priori, un espectador no me imaginaría, pero no me arrepiento de haberlo hecho. Es más, repetiría sin dudar, porque de todos he sacado una experiencia positiva. He sabido prestar atención, defender un producto con toda la calidad que puedo ofrecer y, sobre todo, he sabido diferenciar todo aquello que me aportaba poco de todo aquello que sumaba a lo que yo ofrecía. El ejemplo más claro es mi compañero y amigo Boris Izaguirre. He visto cómo la generosidad de un compañero puede generar compañeros inseparables, cual

don Quijote y Sancho Panza. Boris es una persona que, a la larga, siempre me gustaría tener a mi lado, tanto delante como detrás de las cámaras. Nos gusta seducir juntos a los espectadores.

«Los espectadores estamos indefensos ante la seducción de la televisión.»

Boris Izaguirre

Lo que quiero decir es que, cuando menos te lo esperas, te puedes encontrar con la mejor experiencia del año. Una puerta que se abre, un atajo hacia un objetivo, un amigo y compañero inseparable... Y todo gracias a la

autoformación, a la curiosidad y a la atención.

Sí, al final dejé la carrera. Decidí que la formación necesaria me la administraría yo mismo. Hoy, el programa que presento desde hace seis años ha conseguido tres premios TP de Oro al mejor concurso y un Premio Ondas, Mención Especial del Jurado (sobre todo gracias al buen trabajo en equipo). Nunca he dejado de ser el profesor que quería ser hace diez años. Sólo que ahora enseño de otra manera, defendiendo la unión de dos términos como «educación» y «entretenimiento».



Un consejo de alguien que quizá para ti no sea nadie: permítete ser curioso en tu vida personal; investiga y descubre qué te puede servir, aunque su utilidad sólo proporcione entretenimiento y ocio. Coge un libro de Leonardo da Vinci, de Gustav Klimt o

de Diego Velázquez, descubre si te gusta el arte y, sobre todo, qué tipo de arte. Prueba con la música, con el cine, con la televisión. Dedica tiempo a investigarte.

Quizá de repente surja un nuevo talento con el que no contabas.

Quizá tú también seas un maestro.

El método científico en un tuit

El tuit de Leonardo

Creo que no queda mucho que añadir a lo ya expuesto en relación con Leonardo da Vinci. El maestro florentino vino, vio, estudió, comprendió y venció. Para él estaba claro que el primer sentimiento que uno debía tener era la curiosidad, ese impulso que te lleva a hacer algo sólo por el mero hecho de conocer. Leonardo disponía de pocas opciones para financiarse unos estudios, pero eso nunca fue un motivo para

apagar la llama que ardía en su interior, ansiosa de saber. Creo que la mejor cita del genio relacionada con la curiosidad y el conocimiento a través del método científico es la siguiente:



*ⓐTienes_Talento:
«Son vanas y están
plagadas de errores
las ciencias que no
han nacido del
experimento, madre
de toda
certidumbre».*

El tuit de Christian

Creo con toda la sinceridad del mundo que, cuando uno no dispone de los métodos necesarios para alcanzar lo que desea (el conocimiento también), existen varias maneras de conseguirlo, pero hacen falta valores que tenemos que poner en práctica para conquistar esa meta. Esos valores son: la curiosidad (algo que te llame la atención o que creas que, a la larga, te puede beneficiar en tu vida o en tu trabajo); la pasión (el sentimiento que pones a tu deseo de conocer); la atención (de nada sirve un sacrificio si no prestamos atención e interés a partes iguales), y la constancia (si no perseveras en tu

trayecto hacia el éxito, si vas de curiosidad en curiosidad, entonces corres el peligro de convertir tu meta en un capricho).



*@ChristianG_7:
«Con curiosidad,
pasión, atención y
perseverancia, tú
puedes ser tu mejor
maestro».*

¿Quieres aprender algo concreto? Lee sobre ello, descubre, disfruta y contempla sus posibilidades. ¿No dispones de la facilidad para adquirir

las lecturas necesarias? Prueba con una biblioteca pública o con internet. Tienes al alcance de tu mano (y tu mente) un mundo de posibilidades y conocimientos de manera gratuita. Aprovéchalo. Selecciona lo que te vale y lo que no. Pasa de ser alumno a ser tu propio maestro.

Enséñate a ti mismo.

¿QUÉ SIGNIFICA OBSERVAR?

«Observar» significa «mirar con atención». Es el segundo principio del autoaprendizaje, precedido exclusivamente por la «curiosidad», que es aquello que nos acerca a lo que nos

atrae. La observación te puede aportar conocimientos teóricos, pero también prácticos. Observa lo que te rodea y aprende de lo que te rodea. Hay mucho más de lo que tus ojos ven a simple vista.

PONTE A PRUEBA:

- Quizá te has planteado alguna vez aprender algún idioma para mejorar tu currículum vitae. ¡Ponte a ello! Ahora mismo mejor que mañana. Prueba a hacerlo sólo por

curiosidad, sin necesidad académica. Si ves que te gusta y te sirve, tú decides si quieres ponerte en manos de profesionales que, seguro, también te aportarán mucho.

- Haz lo mismo por ocio. ¿Te gustaría pintar? ¿Tocar la guitarra? Hay miles de libros y vídeos gratuitos en internet para principiantes. Explórate, tómate tiempo para ti. Haz lo que siempre te habría gustado hacer.
- Separa los caprichos de las

curiosidades. Lo primero es momentáneo y pasajero; lo segundo, de ser una curiosidad ligada a la pasión y la atención, te puede valer durante mucho tiempo. Aprende a disgregar ambas cosas.

LA CITA:

«Busca, compara y, si encuentras algo mejor, apréndelo».

PARA SABER MÁS:

ÁLVARO GONZÁLEZ-
ALORDA (sobre talento y
objetivos)

- *Los próximos 30 años*, Alienta,
Barcelona, 2010.

MICHAEL GELB (sobre la
observación)

- *Pensar como Leonardo da Vinci: siete lecciones para llegar a ser un genio*, Planeta,

Barcelona, 1999.

JESÚS F. MONDRÍA
MORENO (sobre la curiosidad y
los avances)

- *El decálogo de la excelencia*, Díaz de Santos, Madrid, 2010.

ALBERTO SÁNCHEZ-
BAYO (sobre la curiosidad
intelectual del conocimiento)

- *Arqueología del talento: en busca de los talentos personales*, ESIC, Pozuelo de Alarcón, 2010.



EL CONSTANTE MOVIMIENTO Y LA GESTIÓN DEL CAMBIO

#LaÚltimaCena



Pierde el miedo a la movilidad

Hemos tratado de crear nuestra marca personal, encontrar la manera óptima de vender lo mejor de nosotros mismos. Es decir, hemos hablado del QUÉ y del CÓMO. El CUÁNDO no hace falta tratarlo, ya que cualquier momento es bueno, cualquier AHORA. Así que ha llegado la hora de buscar el DÓNDE.

*«No soy un ateniense, ni un griego,
sino un ciudadano del mundo.»*

Sócrates

No es fácil. Para los que tienen trabajo, un ascenso puede suponer un problema que implique un desplazamiento. Un cambio de ciudad, sobre todo si se tiene una estable vida de familia, puede suponer más contras que pros. Pero no optar por el cambio es una elección que, tanto a corto como a largo plazo, no supone una alteración a no ser que no estés al ciento por ciento convencido de tu decisión.

Vivimos una situación con escasas o casi nulas oportunidades para los nuevos talentos y en la que mucha gente se ve sin una oferta que cumpla unos requisitos mínimos, tanto a nivel

económico como profesional. Y es precisamente en estas situaciones cuando la MOVILIDAD puede ser una gran opción.

No defiendo para nada la «fuga de cerebros» al extranjero, pero sí la búsqueda de una buena opción entre un abanico de posibilidades apetecibles. La movilidad se contrapone a la comodidad y al anquilosamiento social. Es complicado cambiar nuestros hábitos, pero nunca nadie dijo que eso fuera fácil. Quizá la solución no sea salir del país (o quizás sí lo sea), pero un cambio de pueblo, ciudad o comunidad autónoma puede suponer una

oportunidad única de encontrar lo que uno busca.

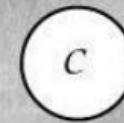
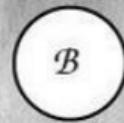
La residencia o el lugar de origen nunca debería ser un impedimento ni constituir un prejuicio para conseguir algo que se pretende. Si un objetivo no se consigue es por falta de perseverancia, no por ser uno de un lugar u otro.

Uno de los máximos representantes de la literatura en alemán de la segunda mitad del siglo XX fue el arquitecto y escritor suizo Max Frisch —conocido como el gran desmitificador del personaje de Guillermo Tell, héroe nacional suizo—, quien definía

«movimiento» de la siguiente manera: «Movimiento es el paso de la potencia al acto».

La potencia como tal sería la capacidad que alguien tiene para realizar una acción. El acto es un hecho o acción en sí, incluso algo ya realizado.

Ya hemos hablado de tus capacidades, de tus virtudes y de cómo venderlas. Y en el momento de actuar tienes que saber definir DÓNDE. Al estudiar detenidamente las localizaciones en las que alguien como tú podría encajar estarás evaluando tus posibilidades de éxito. Imaginemos las posibilidades A, B y C:



OTRA CIUDAD



TU CIUDAD



Vuelvo a repetir: la movilidad geográfica no tiene por qué suponer larguísimas distancias. Podría suponer un traslado radical, de una punta a otra del país, pero también sólo un pequeño cambio de provincia o de ciudad, e incluso de pueblo, de edificio, de planta.

Todas las opciones son oportunidades.

Llama la atención la gran diferencia que hay, por ejemplo, entre Estados Unidos y España en cuanto a los traslados entre ciudades en busca de nuevas oportunidades. A la hora de encontrar trabajo en nuestro país, un 27 por ciento estaría dispuesto a cambiar de ciudad, un 33,1 por ciento se trasladaría de una comunidad a otra y un 26,7 por ciento se plantearía dejar España.^[31] En resumen, tres de cada diez españoles se movilizaría. En el caso de EEUU, son más de 7 los americanos que se desplazarían por una buena oferta laboral.

Pero, mucho más allá de la movilidad física que implique un desplazamiento geográfico, la idea de «movilidad» también se puede aplicar al libre pensamiento y, sobre todo, al RECICLAJE.

Tengamos en cuenta que las cosas, a menudo, NO salen como queremos. A veces, a pesar de nuestra predisposición, convicción y perseverancia, no alcanzamos ciertos objetivos. Porque el resultado de nuestros objetivos NO SIEMPRE depende de nosotros mismos, y es importante que sepamos qué podemos abordar en nuestro objetivo final y qué

no. Así que tenemos que ser conscientes de que tener un solo plan es ser poco precavido.

Es importante contemplar un plan B, e incluso un plan C. Saber identificar tus cualidades y talentos ya lleva trabajo, venderlos como nadie, mucho trabajo más; y, si esto lleva implícito un cambio de residencia o un desplazamiento diario, el sacrificio es superlativo. Pero, por desgracia, el sacrificio no va necesariamente ligado a la palabra ÉXITO.

De cualquier modo, esto no quiere decir que tengamos que contemplar la palabra FRACASO. Todo aporta

EXPERIENCIA. No conseguir de forma exitosa nuestros objetivos hace que muchas veces nos inunde la sensación de fracaso. Es inevitable, pero también es importante tratar de ver con perspectiva por qué no se cumplió el objetivo. Analizar qué dependía de ti y qué no, en qué te equivocaste y en qué acertaste. Y después podrás tomar las decisiones oportunas.

TODO lo que nos ocurre es **EXPERIENCIA**. Si somos capaces de analizar esa experiencia, todo se convierte en **APRENDIZAJE**.

Ese aprendizaje se convierte en **RECICLAJE PERSONAL**, que no es

más que otra forma de movimiento constante (que nadie lo interprete como «reciclaje del personal»). No se trata de una transformación externa ni interna extrema. Sólo se trata de aprender de los éxitos y de las decepciones o frustraciones.

El reciclaje personal puede ir desde potenciar mediante estudios un talento que a priori habías considerado secundario hasta un cambio de *look* que te ayude, primero, a verte mejor y ganar confianza, y, segundo, a ampliar tus opciones de éxito en cualquier nuevo objetivo.

Hay muchos ejemplos que se pueden

utilizar como inspiración. En el desagradecido mundo del deporte (sobre todo en los deportes mal llamados «minoritarios») se ven muchos casos de reciclaje personal: por cese de la actividad profesional debido a la edad o al desgaste físico, por lesiones que truncan antes de tiempo las carreras de los deportistas, etc.

Entre los miles de casos de reciclaje positivo que podríamos exponer, bastará con resaltar, por ejemplo:

- Algunos ex deportistas, de cualquier disciplina, que han reconvertido sus

carreras deportivas como entrenadores o incluso con un puesto en la federación correspondiente (los casos de Michel o Pep Guardiola, en el fútbol; Jorge Garbajosa, en baloncesto, o Jesús Carballo, en gimnasia).

- También vemos cómo algunos ex deportistas se convierten en comentaristas de su deporte fichando por diversas cadenas de televisión y radio. Nadie mejor que alguien que ha

vivido el deporte por dentro para contarla «de otra manera». Incluso algunos se han atrevido a presentar algún programa. No hablo de periodismo de intrusión, hablo de colaboración periodística (el caso de Santi Cañizares, en el fútbol, o Fernando Romay, en baloncesto, y mención especial a José Javier Hombrados, portero internacional de balonmano que ha sabido compaginar su carrera deportiva con la

colaboración periodística en el Campeonato del Mundo de Balonmano 2013, durante su lesión, en el que España ha sido campeona del mundo).

- Por último tenemos los deportistas que se reciclan completamente y buscan nuevas vías de experimentación adaptando gran parte del aprendizaje adquirido a su nueva profesión (los casos del ex futbolista Álvaro de Benito, al que una lesión

desafortunada le convirtió en el líder del grupo de pop-rock Pignoise, o el diseñador Custo Dalmau, que fue tres veces campeón de España en gimnasia antes de dedicarse a la moda, o el caso de la ex gimnasta de ritmica más longeva de la historia, Almudena Cid, la única en alcanzar cuatro finales olímpicas consecutivas y hoy en día dedicada de lleno a su carrera de actriz en ciernes, que comentó con

éxito las gimnasia rítmica en los Juegos Olímpicos de Londres 2012).

«Reciclar mis experiencias me ayuda a reinventar la siguiente etapa de mi vida.»

Almudena Cid

En el *coaching* se le llama «gestión del cambio». Y nos cuesta cambiar. Nos cuesta cambiar de hábitos, de ámbitos y, a veces, incluso de canal de televisión. Sólo un 3 por ciento de la población se adapta a los cambios sin ningún tipo de oposición. Así que no te vengas abajo si ves que a la primera no sale. De cada

100 personas, otras 96 están como tú.

Ya has gestionado unos conocimientos específicos y tus talentos. Has focalizado cómo venderlos, y ahora te enfrentas al dónde venderlos. Lo más importante es concentrar la atención en un objetivo. A partir de ahí barajarás las posibilidades (sobre todo económicas, pero puede haber más, como familiares, amorosas, etc.) que tendrás para alcanzar tu META. Si tus posibilidades te permiten el cambio/mejora y te ves con capacidad para superar los obstáculos que se te puedan presentar en el camino, el siguiente y más importante paso será QUERER. ¿Merece la pena el

esfuerzo que supone llevar a cabo ese objetivo?

Si la respuesta es un NO: cambia ya mismo de objetivo.

Si la respuesta es un SÍ: lucha hasta al final.

«Todos piensan en cambiar el mundo, pero nadie piensa en cambiarse a sí mismo.»

Aléksei Tolstói

Pide opinión externa, puedes ampliar tu CAMPO VISUAL^[32] y que alguien de tu entorno te dé su punto de vista. Te pueden ayudar a encontrar más pros e incluso más contras de los que tú,

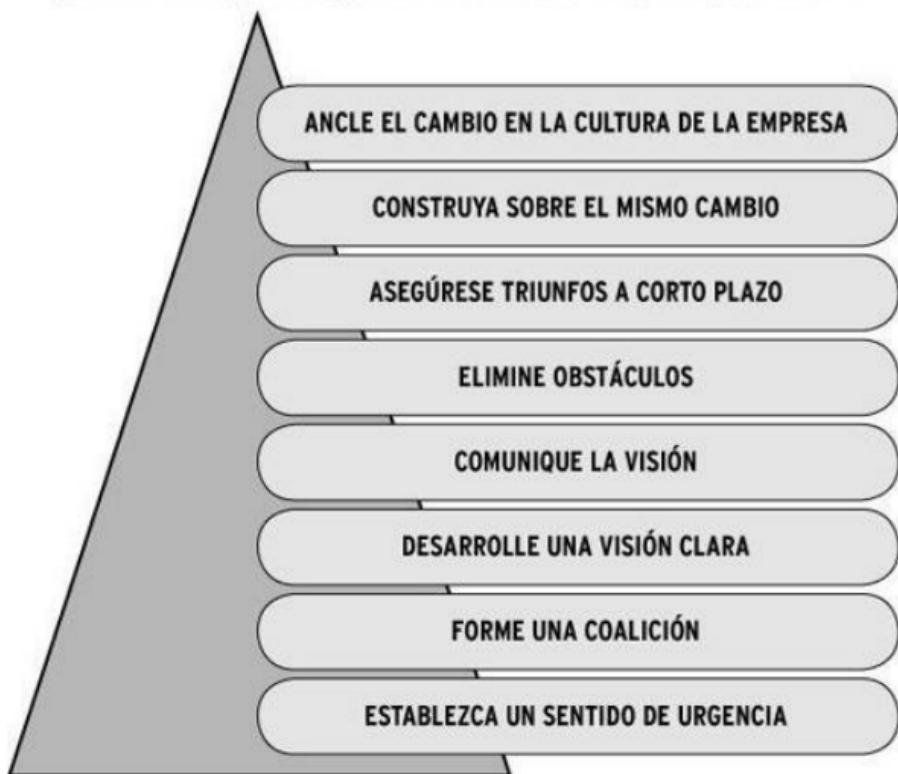
en tu debate interno, encontraste en su momento.

Hagas lo que hagas, ten SIEMPRE en cuenta que lo vas a hacer tú. Así que, hagas lo que hagas, convéncete al ciento por ciento y lucha por lo que quieras conseguir.

Por último, y para finalizar esta sección, creo conveniente plasmar el modelo de Kotter, profesor de escuela de negocios en Harvard y experto en cambios, relativo a la gestión del cambio, simplificado en ocho pasos que son aplicables tanto a los pequeños como a los grandes cambios. En este modelo se resume todo lo que hemos

tratado aquí, es decir, el hecho de necesitar un cambio, el sistema organizativo, la incomodidad de las posibles opiniones o daños colaterales, la falta de seguridad ante la imposibilidad de cumplir el objetivo, por dónde empezar y cómo hacer que suceda todo.

MODELO DE KOTTER DE GESTIÓN DEL CAMBIO (1965)

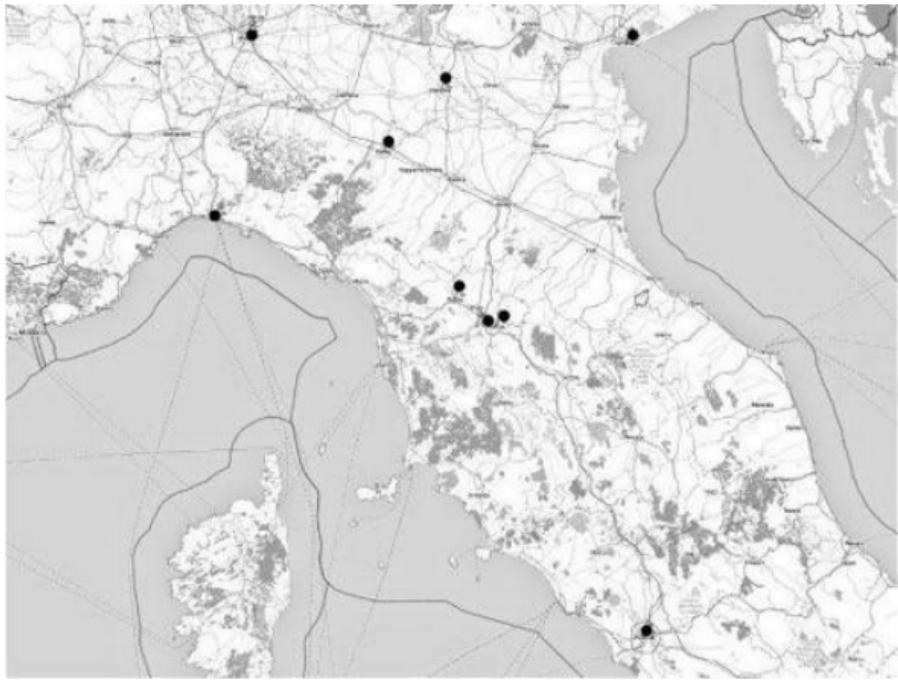


El movimiento y el reciclaje en la vida y en el arte

Leonardo nunca tuvo problemas a la hora de, como diríamos hoy en día, buscarse la vida dónde y cómo fuere... Y los medios de transporte en pleno Renacimiento no iban más allá de carromatos y caballos, vía terrestre, y diversas embarcaciones más bien rudimentarias, vía acuática. No lo tenían tan fácil como lo tenemos hoy en día. Y tampoco le sobraba el dinero a nuestro

amigo Leonardo. Pero, como hemos visto en el capítulo 3, era un genio para buscarse la vida (sí, para eso también).

A pesar de tener a priori una movilidad limitada (además del hecho de ser hijo ilegítimo y lo que ello supuso para su acceso a la educación), el maestro italiano visitó no pocos sitios; se tiene constancia de que, al menos, estuvo en los lugares marcados en el siguiente mapa, a los que habría que añadir Amboise (Francia), donde finalmente vivió hasta su muerte.

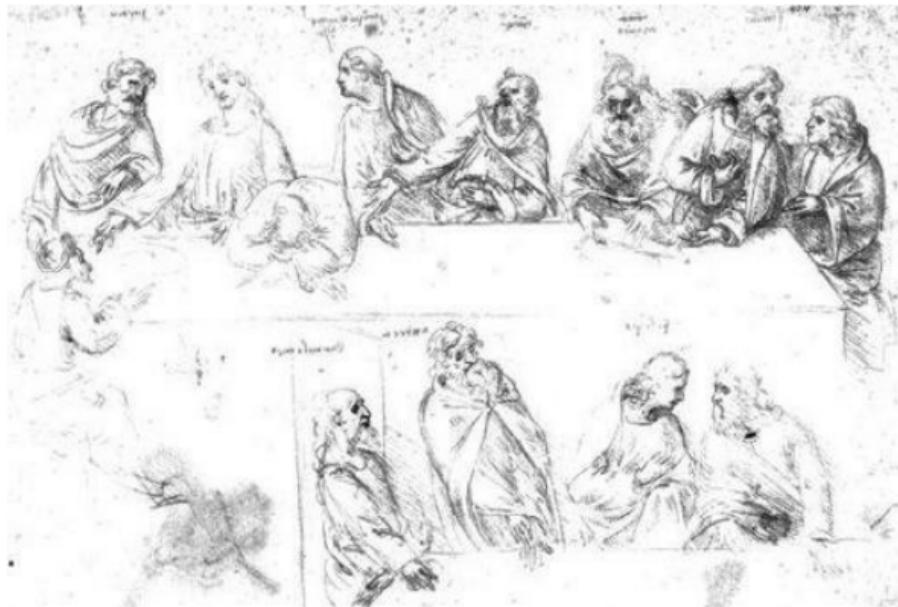


Vinci, Florencia, Parma, Arezzo, Roma, Venecia, Génova, Milán, Mantova.

Si, en el siglo XV y principios del XVI, no suponía un impedimento «cambiar de aires» o desplazarse para

buscar un trabajo mejor (o, simplemente, un trabajo), mucho menos debería suponerlo hoy, en pleno siglo XXI. Muchas veces el impedimento, e incluso las peores excusas, parten de nosotros mismos.

Leonardo no sólo recorrió gran parte de Italia con sus proyectos y sus encargos. También, a la hora de realizar cualquier obra que nos ha dejado como LEGADO, solía invertir mucho tiempo en la preparación de su trabajo. Y el ejemplo más claro lo tenemos en su obra *La última cena*.^[33]



En la realización de este fresco situado en el refectorio de Santa María delle Grazie, en Milán, Leonardo invirtió nada más y nada menos que veinticuatro meses. Parte de ese tiempo estuvo preparando la técnica con la que quería plasmar una pintura de temática

imprescindible por aquel entonces para cualquier artista; pero lo que le llevó más tiempo fue la selección de los rostros que compondrían ese momento en el que Jesús anuncia que va a ser traicionado por uno de los suyos. Incluso existen varias teorías que apuntan que el propio Leonardo se autorretrató en el mural.^[34]

Leonardo recorrió las calles de Milán en busca de personas cuyos rostros reflejaran la personalidad de cada apóstol para así poder otorgar mayor verosimilitud a esta obra cumbre de la historia del arte. Y creo que no hace falta apuntar que por entonces, hace

500 años, no existían las cámaras fotográficas. Leonardo tenía que volver a sus modelos una y otra vez para plasmar cada detalle, cada gesto, cada expresión de las personas en que se basó para retratar a los seguidores de Jesús.

El escritor italiano del Renacimiento Mateo Bandello (1490-1560) apuntó en su obra *Novella LVIII* que Leonardo se pasaba todo el día, desde que salía el sol hasta que anochecía, subido a un andamio sin soltar el pincel, sin parar siquiera para comer o beber. También solía desaparecer dos o tres días, y, cuando regresaba, observaba su obra en

ciernes durante dos o tres horas y volvía a desaparecer.

La inquietud y el perfeccionismo llevaban a Leonardo da Vinci a estar en constante movimiento.

La movilidad era algo imprescindible en su vida, ya sea como divertimento o como sacrificio. Pero no dudaba de ello. Era algo necesario. De hecho, el movimiento no fue constante sólo en su vida, sino que lo transmitió a través de su pincel a su obra *La última cena*.

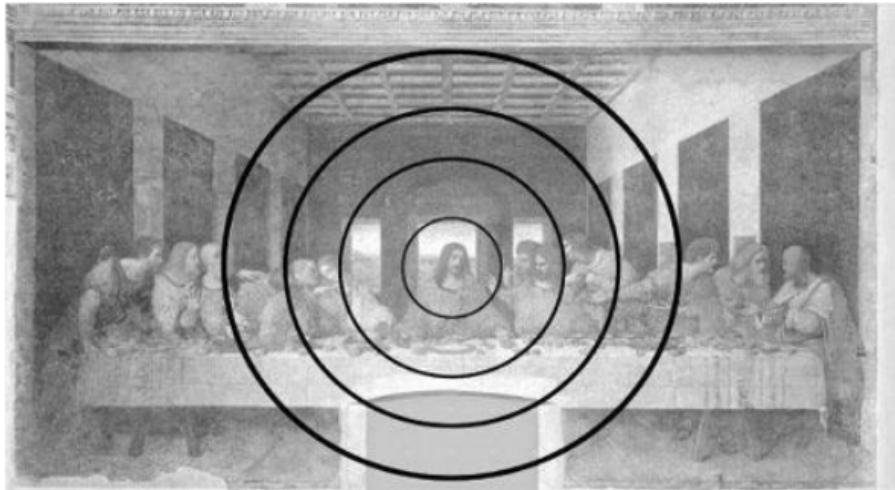
Aquellos que hayan disfrutado de la

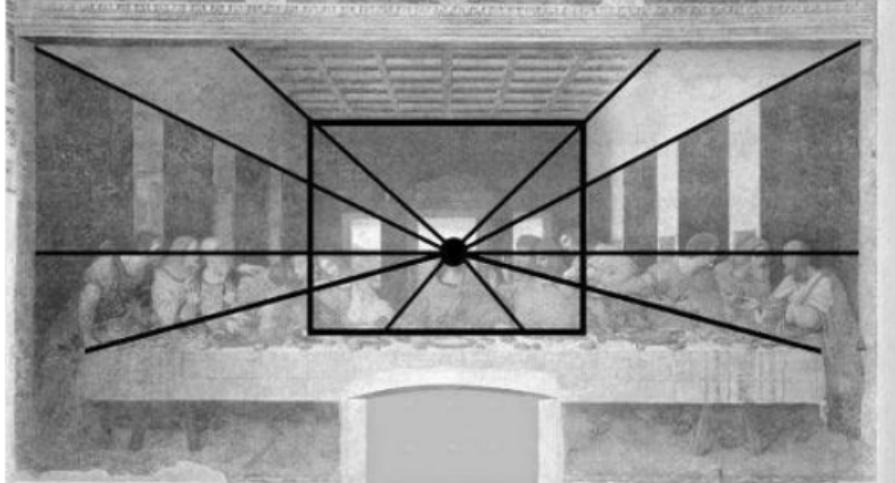
obra *in situ* comprenderán todo esto a la primera. Si no, en cualquier buscador de internet podéis encontrar imágenes del mural con una calidad óptima. Aprovechad, os doy un poco de tiempo. Lo que viene a continuación es un *SPOILER*.^[35]

Il cenacolo de Leonardo es una obra en MOVIMIENTO. Si te fijas, no parece un cuadro. Parece una fotografía. Todos los personajes que aparecen están realizando una acción. Leonardo plasmó exactamente el momento en el que se anuncia la traición por parte de uno de los apóstoles. Justo ese momento, que provoca una reacción en todos y cada

uno de ellos. Y Leonardo fue un pionero en ese sentido. Dotó de MOVIMIENTO y de PERSPECTIVA una pintura, lo que le otorgó un realismo sin igual. (El tema de la perspectiva lo veremos más adelante). Si nos fijamos bien, el flujo de acción se puede asemejar al momento en que lanzamos una piedra a un estanque (acción). En ese momento se crean unas ondas en CONSTANTE MOVIMIENTO (reacción). La piedra lanzada sería Jesús, y las ondas, los grupos de apóstoles.

Queda mucho más claro con un ejemplo visual:

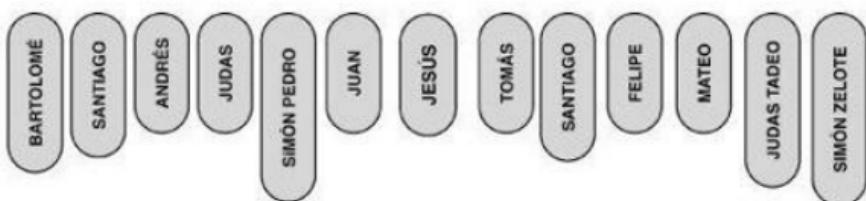
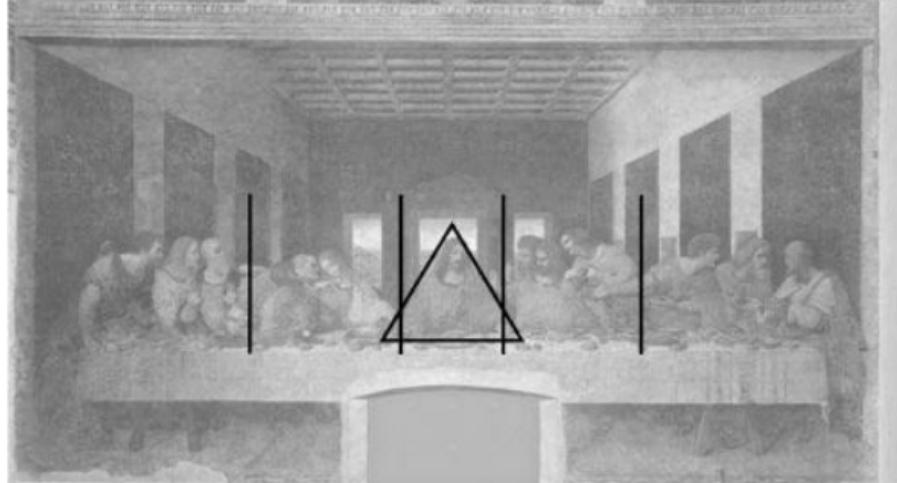




*EJEMPLOS DE «MOVIMIENTO DE ONDA»
Y «PERSPECTIVA» EN LA ÚLTIMA CENA,
DE LEONARDO DA VINCI.*

La composición pictórica se basa en un personaje principal como eje central y dos grupos de tres personas a cada lado del protagonista, en este caso Jesús.

Y como si de la vida misma se tratase, la «piedra» lanzada y las «ondas» provocadas pueden tener unos efectos colaterales totalmente diferentes entre sí. Así como cada apóstol reacciona de una manera determinada, así nosotros mismos reaccionaríamos de una manera distinta frente a una acción.



Ante la oración «Uno de vosotros me traicionará» (Juan 13:21), los apóstoles aparecen (y reaccionan) de la siguiente manera:

- Bartolomé se aferra a la

mesa con actitud de querer recortar distancias con el «objetivo» (Jesús), primando su curiosidad.

- Santiago el Menor prolonga la acción con el siguiente grupo, dándole continuidad a la escena, tratando de alcanzar a Pedro.
- Andrés levanta las palmas de las manos. «Yo no, maestro», parece decírnos. Una declaración de honestidad.
- Judas Iscariote lleva una bolsa de monedas en una

mano y con la otra se dirige a tomar el pan en la misma dirección que la mano derecha de Jesús, mientras se aparta de él.

- Simón Pedro parece inmiscuirse en el espacio vital entre Judas y Juan, con una actitud quizá, a priori, un tanto agresiva. ¿Se dirige a Juan con esa mano izquierda en el cuello y la derecha asiendo un cuchillo? ¿O parece que diga: «Aparta, Juan, yo le defenderé»?

- Juan, cabizbajo (con una fisionomía bastante femenina proveniente de la iconografía clásica), no puede ocultar su tristeza, aunque la manifiesta de una manera mucho más parsimoniosa que el resto. A través de sus manos observamos un gesto de paz y lealtad.
- La actitud de Tomás, con un dedo indicando al cielo, podría tener varias interpretaciones: ¿pregunta al maestro si ha dicho

«uno»?, ¿o quizá dice: «A quien se le ocurra...»?

- Santiago el Mayor se sorprende abriendo los brazos, dotando a la escena de mayor perspectiva y creando un nuevo campo de profundidad. Tiene un gesto de enfado y de escándalo al mismo tiempo.
- Felipe se lleva las manos a su pecho, y se nos viene a la mente la mítica pregunta: «¿Seré yo maestro?». Ese gesto también se puede interpretar como un símbolo

de juramento de lealtad.

- Mateo, en el último grupo, parece decir, mientras señala a Jesús: «¿Habéis oído lo que ha dicho el rabí?». Es el primero del último grupo de apóstoles que no miran a Jesús, ya que únicamente hablan entre ellos.
- Judas Tadeo (no confundir con el Judas «traidor») parece preguntar: «¿Por qué ha dicho eso?».
- Por último, Simón Zelote insinúa una respuesta: «¡No

lo sé!». Lo único que conecta este grupo de apóstoles es la posición de sus manos, que ineludiblemente conduce nuestra atención al centro de la composición.

Por supuesto, no se trata de una clase de teología ni de análisis de arte. La moraleja de esta descripción es, sencillamente, que una acción puede provocar múltiples reacciones que no tengan nada en común. Siempre depende del receptor. Y eso es algo muy a tener en cuenta si se trabaja en equipo y, sobre

todo, si ejerces el rol de líder.

La llamada GESTIÓN DEL CAMBIO ha sido puesta en práctica desde el comienzo de la humanidad, pero, durante la época del Renacimiento, Leonardo da Vinci fue el máximo exponente del «reciclaje».

*Leonardo ha demostrado ser durante más de 500 años
el máximo exponente del RECICLAJE.*

Durante sus 67 años de vida, Leonardo se reinventó a sí mismo y, aparte de ser artista, se convirtió en científico, ingeniero, inventor,

anatomista, escultor, arquitecto, urbanista, botánico, músico, poeta, filósofo y escritor. Inventó los prototipos (o mejoró los modelos ya existentes) del tanque, el paracaídas, el traje de buzo, el ala delta, el coche, el helicóptero, diversas armas de fuego, el submarino, la bomba centrífuga, la transmisión de correas, los autómatas (robots), la draga para la construcción de canales, las cadenas de eslabones, una máquina para bobinar y torcer la seda, el tubo de lámpara, la bicicleta, el higrómetro y la técnica del *sfumato*, entre otras cosas. También diseccionó cadáveres para retratar la anatomía del

ser humano, estudió la estructura anatómica de varios animales (en especial las aves y los caballos), escribió numerosos códices y un tratado de pintura, fue el primer hombre en disecar y estudiar el ojo humano y, con ello, avanzar en el desarrollo de la óptica..., y un largo etcétera.

Después de leer esto, pueden pasar dos cosas, o muchas más, como en la obra de Leonardo. Que te abrumes ante tu incapacidad de acometer tantas cosas como el maestro italiano o que te motives lo suficiente como para pensar con cordura y darte cuenta de que, en el siglo XV, la gente tenía muchas más

dificultades de las que te puedes encontrar tú hoy en día.

Da Vinci: un claro ejemplo de RECICLAJE, con trazos de curiosidad y ansias de saber. Y a todo le ponía PASIÓN.

*Con PASIÓN, el resultado de tu objetivo
se multiplica por mil.*

Puede que encuentres muy interesante el «universo paralelo» que subyace en esta obra de Leonardo (podría escribir cientos de páginas sobre sus enigmas, y lo digo con respeto

y admiración, no con soberbia) o puede que te preguntes: «Y esto... ¿para qué me sirve?».

Quizá una clase de arte y de geometría no te aporte mucho debido a cierta insensibilidad o al temor a sufrir síndrome de Stendhal,^[36] pero este ejemplo va mucho más allá. Tenemos que leer entre líneas. Tenemos que saber distinguir el ejemplo de la ACCIÓN en sí. Si Leonardo da Vinci, uno de los mayores genios de la historia de la humanidad, sin una financiación boyante y sin una oferta de locomoción variada, fue capaz de «comerse el mundo», ¿por qué TÚ no?

Empieza YA. Empieza AHORA.

«El agua que tocas en la superficie del río es la última de la que ya pasó y la primera de la que viene. Así es el instante presente.»

Leonardo da Vinci

De Móstoles a Vinci

Dos años antes del *casting* para «Médico de familia» me dieron la oportunidad de rodar un anuncio para la campaña de sensibilización de la Dirección General de Tráfico en el que, en pleno apogeo de las motos de pequeña cilindrada, para cuya conducción no se necesitaba carnet, se instaba a los jóvenes a utilizar el casco.

Yo tenía 14 años y estaba en pleno BUP. Ya por aquel entonces solía hacer *castings* por las tardes (aún recuerdo las horas que pasaban mis padres, unas

veces él y otras ella, esperando fuera del edificio donde se hacían las pruebas, hiciera el tiempo que hiciera). En uno de esos *castings* salí elegido. El único problema era que se rodaba en Barcelona. Yo nunca había salido de Móstoles solo; ni siquiera había ido a Madrid sin la compañía de mis padres, y eso me alarmó. Barcelona sonaba mucho más lejos en 1994, y como medio de transporte sólo podía optar por el avión. Lógicamente necesitaba una autorización para poder realizar el trabajo y cobrarlo, pero la productora no se podía permitir el lujo de pagar un billete más para mi acompañante (en aquella época

no tenía ni representante, eso llegó mucho después).

Cuál fue mi sorpresa al ver que los que más me animaron a desplazarme fueron mis padres. Así que tomé un avión y me planté en plaza de Cataluña a rodar un *spot* para la televisión.

'El desplazamiento siempre me ha brindado nuevas oportunidades.'

A partir de ahí, nunca, en ninguno de mis trabajos, he puesto ningún inconveniente a la hora de tener que desplazarme. Cada desplazamiento me

brindaba nuevas oportunidades que intentaba aprovechar lo máximo posible.

Ya fuera en «Desesperado Club Social» (programa en el cual experimenté la sensación de salir por primera vez de nuestro país) o en «Caiga Quien Caiga» («CQC»), mi predisposición natural al cambio y al viaje me hacía más fuerte, y se me tenía, poco a poco, como alguien imprescindible en ese sentido. OJO: no digo que fuera mejor que ninguno de mis compañeros. Sin ir más lejos, para hacer un ejercicio de sinceridad, era el único de la escuadra de «CQC» que no tenía la carrera de periodismo. Pero sabía

cuáles eran mis TALENTOS: sabía hablar inglés y no me importaba viajar. Eran mis puntos fuertes. También tenía claros mis objetivos: ENTRETENER y seguir CRECIENDO. Y conseguí ambas cosas. Bien es verdad que en televisión, a veces, se ve una mínima parte de lo que se genera.

Por poner un ejemplo, para sacar los cuatro minutos que duraba un reportaje y conseguir que fuera entre decente y brillante, a veces trabajabas tres o cuatro horas. Otros días trabajabas catorce. Y siempre para el mismo resultado: cuatro minutos de diversión.

Al final, los dos años y medio que

estuve viajando para «CQC» se convirtieron en una escuela imprescindible para lo que estaba por llegar. Sin saberlo, mis talentos relacionados con la disposición del cambio me prepararon para afrontar mi prueba para «Pasapalabra», como ya narré en el capítulo 2.

Desplazamiento / cambio
=
Nuevas oportunidades
=
Aprendizaje continuo

A partir de ahí, viajes continuamente. Viajes a Barcelona

(quién me lo iba a decir después de 1994) en cada edición de «Tú sí que vales»; viajes a Italia para rodar anuncios para la firma de sofás italiana Chateau d'Ax; y muchos años de viajes para preparar lo que tienes entre tus manos.

Para conocer todo lo que pudiera estar relacionado con Leonardo, he visitado nada más y nada menos que Milán, Venecia, Roma, Vinci, Turín, Arezzo, París y Amboise, y todos estos lugares en más de una ocasión. Sin contar más de una visita a la Biblioteca Nacional. Me lo podía permitir y quería hacerlo.

Y, sobre todo, quería ofrecerte un trabajo digno.

Pero no siempre saber gestionar un cambio implica desplazamiento. También puede suponer un simple cambio de estatus, por ejemplo.

Durante tres años y medio, de 1998 a mediados de 2001, tuve el privilegio de entretenir a niños o jóvenes con mis compañeros de «Desesperado Club Social», un programa emitido en Antena 3 los sábados y domingos por las mañanas. En ese programa, que compartía con gente como Kira Miró (@KiraMiro), actriz, presentadora de televisión y gran amiga, cumplí los 18,

los 19, los 20 y casi los 21. Tuve por primera vez un sueldo mensual y me compré mi primer coche. En 2001 nos concedieron el Premio Ondas al programa más innovador.

Con la edad que teníamos, creíamos que nos íbamos a comer el mundo. Mis compañeros y yo. Pero cuando terminó el programa por cuestiones políticas que no vienen a cuento, pensé que sería muy fácil colocarme en cualquier otro programa o serie.

Pero no fue así. No pasó NADA. NADIE llamó.

Y al cabo de un tiempo decidí romper con todo, decidí CAMBIAR.

RECICLARME.

El primer paso que di fue realizar un cambio de *look* total que me permitiera romper con lo que había hecho hasta la fecha. Acto seguido adapté mi currículum televisivo para que pudiera ser apetecible para el mercado en el que quería integrarme. Y empecé a moverme.

Al final me cogieron en una cadena de juguetes bastante conocida en España y estuve trabajando durante algo más de seis meses. Fui capaz de adaptarme a unos horarios que no había conocido en mi vida (más de diez horas cada día, toda la semana, ya que era la época de

Navidad e incluso trabajábamos los festivos), y con un sueldo irrisorio en comparación con lo que había facturado en televisión.

A eso había que añadir los constantes comentarios de los compradores cada vez que me veían venderles un videojuego. Todos me reconocían, todos preguntaban por qué estaba allí y no seguía en la televisión. Y mi respuesta siempre era la misma: «Porque nadie me llama y tengo que ahorrar para el futuro».

Fue un proceso bastante largo y duro (aunque tuve unos compañeros y unos jefes maravillosos), pero no es cuestión

de aburrir con mi biografía.

Un día de abril, de repente, me levanté y me dije: «Yo no he nacido para vender, he nacido para entretenerte». Y con todo mi respeto a los vendedores y mi admiración por el talento que tienen, decidí hacer caso a mi intuición y ese mismo día me despedí del trabajo.

Después de eso vino una llamada que cambió mi vida y fiché por «CQC», pero eso es otra historia.

Un cambio no siempre es fácil. Cambiar de trabajo NO es fácil, cambiar de ciudad NO es fácil, cambiar de amigos NO es fácil, cambiar de pareja NO es fácil. Pero todos los cambios son

soportables, superables y educativos. Siempre podemos aprender algo de eso.

*La experiencia de alguien que ha sufrido
un cambio drástico se puede convertir
en un buen consejo para otro.*

Durante mi etapa en una tienda de juguetes aprendí dos cosas: que nunca sabes dónde vas a estar en un futuro y, por lo tanto, tienes que tener los pies en el suelo; y que, independientemente de lo que venga en un futuro, no se te caerán los anillos a la hora de hacer cualquier otra cosa.

Así que si has sido capaz de leer

entre líneas hay un par de buenos consejos que te pueden venir muy bien.

Pero también he sabido reciclarme en televisión. Pasé de ser un reportero a presentar uno de los mejores concursos de la historia de la televisión, con más de doce años de emisión. A partir de ahí, me reciclé y compaginé un concurso con un *talent show* y aprendí lo que es hacer televisión en directo. Aprendí que hay que estar siempre alerta y que los fallos rara vez se pueden ocultar.

Años después me brindaron la oportunidad de presentar un *late night*^[37] en forma de debate, y al final hice tres formatos en esa franja horaria a

pesar de que la gente no me veía en esa situación.

Lo que hice fue concentrar energías, valorar pros y contras, querer realizar un esfuerzo por conseguir un objetivo (que el programa funcionase a pesar de mi inexperiencia en ese horario) y QUERER hacerlo. No tener miedo al CAMBIO. No tener miedo al RECICLAJE. Al final, lo que une un éxito y un fracaso es la experiencia que adquieres. Siempre te llevas algo.

RECICLAJE / CAMBIO = EXPERIENCIA

Los prejuicios en un tuit

El tuit de Leonardo

La búsqueda de la perfección requiere sacrificios, y uno de esos sacrificios es, precisamente, despegarse de la comodidad a la que a veces estamos tan acostumbrados. También existían la pereza y el anquilosamiento social en el siglo XV, pero Leonardo, unas veces por su propia voluntad y otras no, tenía claro que la movilidad debía formar parte de su experiencia y,

por lo tanto, de su vida. Lo vemos claramente en una de sus citas:



***@Tienes_Talento:
«La desigualdad es el
origen de todos los
movimientos
locales».***

Se podría aplicar a multitud de situaciones, tanto en el Renacimiento como hoy en día. Por cuestiones de trabajo o dinero, por agravios comparativos o incluso por una mala gestión política se puede dar esa situación: la situación de la

MOVILIDAD.

Y a pesar de que la interpretación de la cita de Leonardo puede sugerir tanto sobre el movimiento, no insinúo para nada que esa movilidad a la que aludo en este capítulo se pueda aplicar a movimientos sociales que desemboquen en actos vandálicos promovidos por cualquiera de las partes implicadas.

Tomemos a Leonardo como fuente de inspiración para que la MOVILIDAD se convierta en EXPERIENCIA y, por lo tanto, en MEJORÍA personal.

El tuit de Christian

Precisamente, debido a la

inestabilidad social y económica en la que estamos sumergidos, un problema al que nos enfrentamos es la FUGA DE CEREBROS. Cuando hablo de movilidad, NUNCA me refiero a esto. No estoy para nada contento con la falta de oportunidades que padece gente con una preparación exquisita, fruto de muchos años de trabajo, sacrificio y experiencia.

Por ellos, y para ellos, va mi tuit:



*@ChristianG_7:
«La fuga de
cerebros debería ser
una opción, NO una*

obligación».

Este tuit lo plasmé también en mi cuenta personal, con una repercusión de 150 retuits y 18 marcas de favoritos.

¿QUÉ ES EL CONSTANTE MOVIMIENTO?

Hay miles de definiciones para el movimiento, pero lo que expongo aquí se identifica con el estilo de vida marcado por el ímpetu del deseo de mejora, sin importar el DÓNDE. Sin impedimentos ni prejuicios de ningún tipo y con el ánimo de saber reciclarse

cuando algo no sale como esperamos.

PONTE A PRUEBA:

- ¿Estás sin trabajo y has visto una oferta interesante que puede satisfacerte e implica desplazamiento? Apuesta por ello y MEJORA.
- Olvida los tópicos de «soy de...», «tengo el pelo...», «no doy el tipo para...» o «soy demasiado mayor para...». Hay miles de personas poniendo límites a

los demás. NO te los pongas TÚ.

- ¿Has luchado por algún objetivo y el resultado no ha sido el esperado? RECÍCLATE. Piensa que en los errores hay experiencias que puedes aprovechar, y busca un camino alternativo. Puedes valer para muchas cosas.

LA CITA:

«Tienes más de un TALENTO.
Si un objetivo falla, busca

OTRO».

PARA SABER MÁS:

JOHN KOTTER (sobre la gestión del cambio y el liderazgo)

- *Las claves del cambio*, Deusto, Barcelona, 2007.
- *Al frente del cambio*, Empresa Activa, Barcelona, 2007.

JUAN F. RALLO Y
ALMUDENA CID (sobre
movimiento y reciclaje)

- *Estupenda en 9
semanas y media,*
Espasa Libros,
Madrid, 2011.

RICHARD N. BOLL (sobre
gestión del cambio y el
movimiento)

- *¿De qué color es tu
paracaídas?,*
Gestión 2000,

Barcelona, 2013.

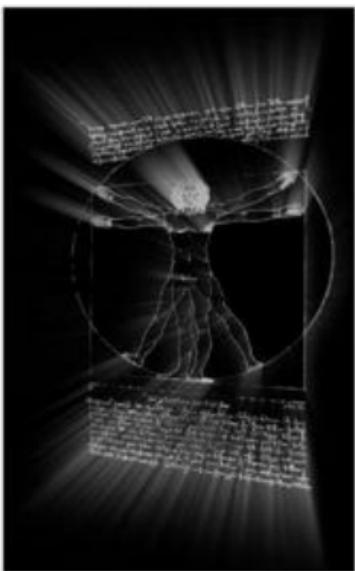
VV. AA. (sobre la gestión del cambio)

- *La gestión del cambio*, Ariel, Barcelona, 2003.

C

EL ARTE DE DESENFOCAR

#LaTécnicaDelSfumato



Analiza y aprecia lo que te rodea

Hemos analizado cómo, a la hora de llevar a cabo un cambio, una buena gestión nos puede abrir nuevas oportunidades. Esto no significa que todo vaya a funcionar al ciento por ciento. Pero lo que conseguimos es una mayor amplitud en lo relativo a las OPCIONES.

Inconscientemente hemos hecho uso de la técnica del *sfumato*. Cuando creas tu marca personal a través de tus talentos poniéndolos en valor, y cuando

observas lo que te rodea y tomas como opción un cambio, lo que estás haciendo es generar una perspectiva ante lo desconocido. Porque esa curiosidad que te lleva al aprendizaje de algo que requiere un cambio te hace encarar nuevos retos en lugares (y quizá situaciones) desconocidos.

Sfumato viene literalmente de «esfumado», que nos lleva irremediablemente a «incertidumbre». Hemos sido capaces de, por un momento, desenfocar nuestros problemas para después volver a enfocar y obtener un objetivo más nítido (precisamente lo que hacen las cámaras

de fotos). Hemos puesto en práctica el arte de desenfocar sin ser conscientes. Por otro lado, el hecho de gestionar un cambio (con desplazamiento incluido) nos hace cargarnos de valor ante la incertidumbre de lugares que no son parte de nuestro territorio marcado (ese que tenemos al alcance de nuestros pies y dominamos a la perfección).

«Algunas personas enfocan su vida de modo que viven con entremeses y guarniciones.

«El plato principal nunca lo conocen.»

José Ortega y Gasset

Imagínate que vas a disparar una

foto. El encuadre es perfecto, la exposición y el balance de cuadros son los adecuados para el tipo de foto que estás a punto de tomar. El paisaje es el más bello del mundo y la persona a la que retratas, la mejor compañía que puedes tener. La cámara está perfectamente estabilizada con el mejor trípode del mercado. Lanzas la foto.

Pones la tarjeta SD HC en tu Mac. Abres Photoshop para retocar colores y... la foto está desenfocada.

Por mucho que trates de remediarlo mediante «Focus», no va a quedar igual. Seguro que esto te ha pasado más de una vez. Por mucho que la retoques, nunca

será como debería haber salido.

Y esto mismo te puede pasar en tu vida personal y laboral: si no está bien enfocada, el resultado no será el mismo; puede llegar a ser parecido, pero tu esfuerzo siempre exigirá más.

Y para obtener el mejor foco, lo mejor es desenfocar. Toma una cámara. Jugarás primero con el *zoom*, después con el encuadre, y terminarás pasando del desenfocado al enfoque de lo que quieras inmortalizar. Nuestro ojo es la cámara más potente de la historia, y lo seguirá siendo.

*¿Todo depende de la lente con que se mire?
La mejor lente es tu OJO.*

El enfoque del ojo humano es idéntico al de una cámara fotográfica. Obtenemos una imagen invertida sobre la superficie sensible a la luz. Es el cristalino el que cambia de forma para enfocar.

Para que nos hagamos una idea, la córnea es la lente frontal de la cámara que, junto al cristalino, es el elemento de enfoque de nuestro ojo. El iris y la pupila actúan como los obturadores para controlar la cantidad de luz que entra en

el ojo y, por último, la retina es como el chip de sensor de imagen de nuestra cámara digital.^[38]

Pero hablemos de «enfoque» como actitud, y no como método para captar imágenes. Steve Jobs^[39] lo definió muy bien: «La gente piensa que enfocarse significa decir sí a aquello en lo que te enfocas, pero no es así. Significa decir NO a otros cientos de ideas buenas que hay».

Entre líneas, el considerado mejor ejecutivo de la primera década del siglo XXI aboga por el desenfoque (por el *sfumato*, en otras palabras) como método inequívoco de mejora en lo

relacionado con la creatividad.

Debemos tener en cuenta los dos tipos de enfoque (o desenfoque) con los que nos podemos encontrar. El primero es el *enfoque externo*: aquello donde pones la atención sin premeditación (una llamada de atención espontánea puede ser un estímulo publicitario, por ejemplo). Pero, al igual que ese enfoque puede no ser meditado previamente, al desenfoque le puede pasar lo mismo. Es decir, puede darse una pérdida de enfoque que haga decaer nuestra atención y nos evite avanzar. Por otro lado, tenemos el enfoque que queremos trabajar, el *enfoque / desenfoque*

provocado o *interno*: aquello en que nosotros queremos poner la atención y la concentración, aquello sobre lo que nosotros provocamos intencionadamente el desenfoque para visualizar lo que nos rodea y tener una mayor amplitud de objetivos donde poner el foco final.

CURIOSIDAD

+

DESENFOSQUE

+

ENFOQUE

+

ATENCIÓN

+

CONCENTRACIÓN

=

APRENDIZAJE

El método de enseñanza que profesó

Sócrates^[40] en el siglo IV a. C. era la mayéutica^[41] (muy parecida al *coaching* actual), mediante la cual, y gracias al diálogo, instaba al propio discípulo a sacar nuevas conclusiones sobre un problema. Durante el diálogo mayéutico no se dejan de desarrollar conceptos y aparecen nuevos puntos de vista, con sus enfoques y desenfoques.

Según el doctor Joe Dispenza, de la Universidad de Rutgers, los sentidos del ser humano reciben 4000 millones de bits de información por segundo, y sólo somos capaces de ser conscientes de 4000. No permitas que, de esos 4000, la mitad no sea provechosa por tener

dispersa tu atención. Amplía el campo visual, desenfoca, encuadra y, cuando encuentres el punto de interés, TU punto de interés, enfoca de nuevo con curiosidad, atención y concentración.

Algunos podrían ver en esta manera de proceder un tipo de *coaching* ontológico.^[42] Sea como fuere, yo sólo lo llamo APRENDIZAJE. Y lo más grande que te puede ocurrir es que te aprendas a ti mismo, es decir, que aprendas tu mejor manera de aprender, de gestionarte y de poner en valor tus talentos.

*«La conquista propia es la más grande
de las victorias.»*

Platón

Concéntrate en tu objetivo

Quizá, a estas alturas, alguien se está preguntado: «¿Qué significa *sfumato*?». Se trata de una técnica pictórica inventada por Leonardo da Vinci para dar una impresión de profundidad a las obras a través de la aplicación de varias capas de pintura muy delicadas, proporcionando así unos contornos imprecisos y un efecto de lejanía. En definitiva, es un atributo de la perspectiva. El maestro lo definía como:

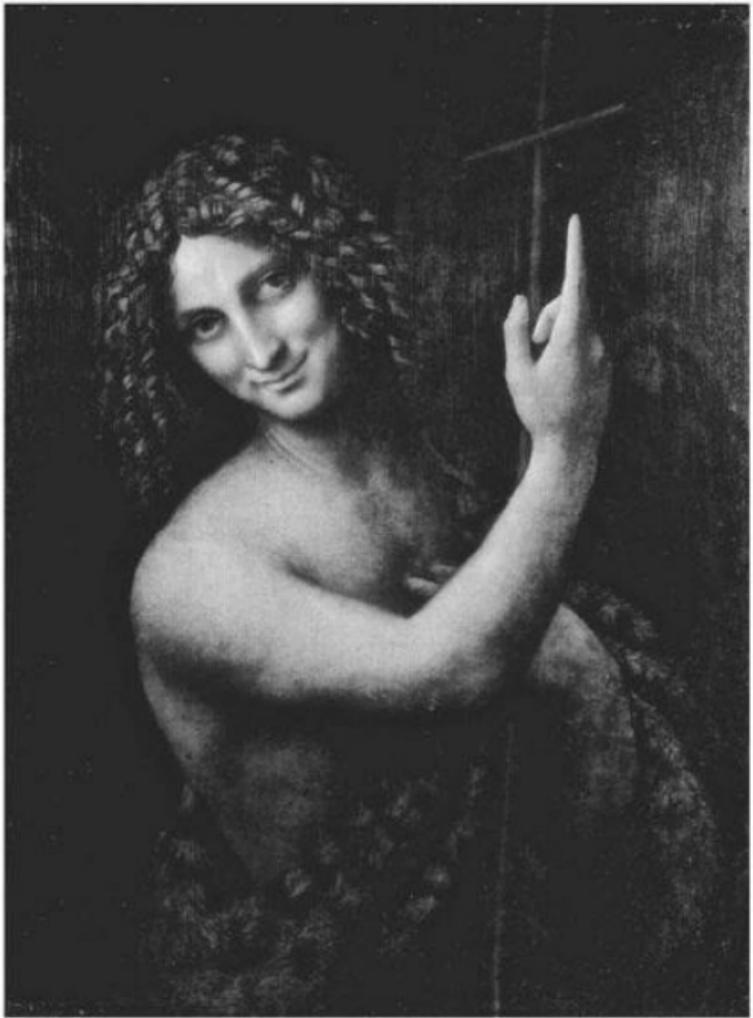
«Sin líneas o bordes, en forma de humo
o más allá del plano de enfoque.»

Leonardo da Vinci

Es decir, Leonardo imprimía un efecto vaporoso y desenfocado para conseguir aumentar la sensación de realidad, recurso visible en *La Mona Lisa* o *San Juan Bautista* (obras expuestas en el Museo del Louvre, en París).

Lo que a priori pueden parecer dos conceptos contradictorios (desenfoque y efecto de realidad) son compatibilizados por Leonardo, que consigue en el arte lo que nosotros intentamos lograr en

nuestro modo de vida. Como ya he comentado antes, al desenfocar nuestro campo visual somos conscientes de lo que nos rodea. A partir de ahí podemos ser selectivos con nuestro objeto/objetivo a enfocar. A través del *sfumato*, Leonardo no sólo consigue aplicar una pincelada de realidad, sino que nos obliga a centrar la atención en el sujeto principal de la escena: en el primer caso en Lisa Gherardini (esposa de Francesco Bartolomeo del Giocondo) y en el segundo en San Juan Bautista (el predicador judío que bautizó a Jesús de Nazaret).



Leonardo da Vinci fue también un pionero en lo relativo a los estudios de

anatomía óptica. En sus cuadernos de notas sobre la disección del ojo, el genio florentino indica que cocía en clara de huevo los órganos oculares a estudiar, ya que de este modo les proporcionaba una consistencia más sólida que le permitía diseccionarlos y estudiarlos con mayor precisión.^[43]



De hecho, si tienes la oportunidad de viajar a Milán (además de visitar Santa María delle Grazie, en cuyo refectorio se exhibe *La última cena*),^[44] es obligatorio ir al Museo Nacional de la

Ciencia y de la Tecnología Leonardo da Vinci,^[45] donde se puede ver una gran muestra de maquetas en tres dimensiones de los inventos de Leonardo, así como una gran exposición sobre los estudios ópticos que realizó el florentino.

Mediante el *sfumato* y el cambio de perspectiva (que veremos en el capítulo 6) Leonardo conseguía darle forma a la realidad, pero no me refiero únicamente exclusivamente a términos artísticos. A través del desenfoque no sólo generaba obras de arte, sino que, gracias a la curiosidad, la atención y la constancia en la persecución de un objetivo, Da Vinci desenfocaba todo cuanto le

rodeaba (física y mentalmente), tras lo cual centraba de nuevo su foco con mucha más nitidez en lo que creía que era necesario desarrollar en ese momento. Es como una especie de razonamiento con ambas mitades del cerebro, la parte artística y la parte lógica, que terminaban confluyendo.

De modo que el enfoque del artista iba mucho más allá de lo que nos podríamos imaginar, ya que su enfoque final era globalizador.

De hecho, en una entrevista realizada al físico austriaco Fritjof Capra, éste destaca la diferencia entre el enfoque globalizador de Leonardo da

Vinci y el enfoque más estrecho que tienen algunas de nuestras ciencias y tecnologías contemporáneas, incapaces de ofrecer una perspectiva interdisciplinaria.

Ésa era la estrategia de Leonardo: un constante cambio de perspectiva y un amplio campo visual que le permitía crear una conexión entre disciplinas para así poder llegar a un conocimiento global y total de todo cuanto le rodeaba. Dicho de otra manera, Leonardo era un pensador que, para comprender un fenómeno, debía ponerlo en conexión con otros fenómenos a través de una semejanza de modelos. Y es realmente

una habilidad digna de alabanza el hecho de entrelazar unas ideas con otras para la comprensión de un todo.

Pero el enfoque de Leonardo también es un enfoque de una curiosidad sin límites, sobre todo una curiosidad por la vida y la naturaleza. A través de los estudios inmortalizados en sus códices, el genio parece decírnos, entre líneas, que no descansaba, que no dormía, que sólo vivía por y para el conocimiento y que no perdía ni se rendía ante la dificultad de los retos. Sólo perdió contra el tiempo.

«Leonardo da Vinci fue un hombre que se despertó demasiado pronto en la oscuridad, mientras los demás aún seguían dormidos.»

Sigmund Freud

La percepción en televisión

¿Cómo me ha ayudado el arte de desenfocar en mi trabajo en televisión? ¿Qué me ha aportado como profesional dar «un paso atrás» para poder dar dos hacia adelante? Es bastante complicado, pero a la vez bastante simple. Me explico.

Leonardo da Vinci utilizaba la técnica del *sfumato*, o desenfoque pictórico, para conferir a sus pinturas mayor credibilidad y realismo, así como para dotarlas de una perspectiva que te

atrapa. Yo, en televisión, como en todas partes, me he ayudado de esta técnica para analizar todo lo que me rodea mientras grabo cualquiera de mis programas. Esto se puede aplicar a cualquier situación personal o laboral. No es algo que se consiga de repente; a mí me ha costado bastante tiempo cogerle el truco, pero la verdad es que lo hice sin tener como objetivo aplicar esa técnica a la televisión. Si te pones a ello con un objetivo en mente, tardarás bastante menos que yo, eso seguro.

Para que entiendas cómo puedo aplicar el *sfumato* en televisión te explicaré cuál es mi rutina de grabación.

«Pasapalabra»

Pongamos, en primer lugar, el ejemplo de «Pasapalabra».^[46] Se trabaja en un plató de forma circular en el que interactúan siete cámaras. Yo llevo el control de la situación mediante un monitor en el que veo lo que va a ver el espectador en su casa, así me puedo adelantar a los acontecimientos. Si consigo desenfocar lo suficientemente la vista, podré controlar no sólo el monitor, sino también a mis invitados.

Otro ejemplo más sencillo lo podemos observar a la hora de hacer los emplazamientos publicitarios dentro del

programa. A pesar de que no tengo un guión establecido, resulta mucho más cómodo leer los mensajes del anunciantes o patrocinador utilizando el *autocue* o *teleprompter*,^[47] como hacen los presentadores de informativos. Si lees el texto es mucho más fácil que menciones todas las palabras importantes que el cliente quiere transmitir a los consumidores. Pues bien, hay una técnica que hace que no se note que estás leyendo. No todos los presentadores la aplican; la verdad es que cada uno lo hace como quiere. Yo te contaré mi manera de hacerlo, que de momento no me va nada mal, y ya llevo

seis años con el concurso.

Desenfocar en un plató de televisión me ayuda a mantener el control de la situación.

A la hora de leer el texto del *teleprompter* utilizo el *sfumato* de Leonardo, es decir, consigo desenfocar la vista sólo lo suficiente como para poder leer tanto la línea que estoy diciendo como las dos siguientes, de modo que ya puedo ver qué diré (leeré) después. El movimiento de la pupila es ínfimo, por lo que el espectador no nota que estás leyendo.



Como ya hemos dicho, el sistema óptico de las cámaras se basa en cómo funcionan nuestros ojos. Por ejemplo, a veces, para calibrar el enfoque con la cámara, centramos el objetivo con el *zoom* muy cerca para luego ampliar el campo visual. De esa manera sabemos que el resto estará enfocado.

Nosotros no somos máquinas, pero si pruebas, tú también puedes llegar a leer como hago yo con el *teleprompter*. La sensación es semejante a la que tienes en esos momentos en que vas conduciendo y pensando al mismo tiempo. Al rato te das cuenta de que llevas minutos sin fijarte en el camino, pero tus ojos y tu cuerpo, mecánicamente, te llevan donde quieren y no tienes ningún percance. Has estado observando la carretera sin enfocar.

«Tú sí que vales»

Otro ejemplo es el programa «Tú sí

que vales». [48] En este caso, el plató no es circular, sino que se asemeja más a un anfiteatro romano, con su grada y todo. En este programa se necesitan más cámaras que en «Pasapalabra», ya que suceden muchas más cosas en la escena. El *sfumato* me permite tener controlados a los miembros del jurado PRO (mis compañeros José Corbacho, Merche y Risto Mejide) para poder anticiparme a sus intervenciones, y, a su vez, echar un ojo a Eduardo Gómez, que lo tengo a un nivel superior del campo visual. Desenfoco lo suficiente como para poder «darme cuenta». Bien, quizá no de todo, pero sí lo suficiente como para

poder realizar mi trabajo de una manera óptima. Y siempre lo hago así.



Por supuesto, éstos son sólo unos ejemplos de lo que yo hago en televisión. Pero, como estamos haciendo *coaching* y yo no estoy aquí para enseñarte, sino para ayudarte a aprender,

te propongo que tú mismo pruebes a desenfocar, por ejemplo, en una reunión de trabajo. Intenta darte cuenta de lo que sucede a tu alrededor sin perder el hilo de la conversación o dejar de escuchar al ponente. Puedes sacar partido. Puedes saber quién está más de acuerdo con lo que se dice y quién no, e incluso puedes llegar a darte cuenta de los grupos que se forman. Pero, no seas cotilla, no intentes buscar romances en la oficina.

La técnica del *sfumato*, o desenfoque, se puede aplicar en cualquier situación. Sólo debes analizar si te puede proporcionar algo más, algo que te ayude a estar un paso más cerca

de tu objetivo. Su campo de aplicación es muy amplio: en una clase de la facultad, en una reunión de amigos, en una junta de trabajo o viendo una obra de teatro.

Seguro que disfrutas más y/o aprendes más.

Sfumato en un tuit

Cuando empiezas a investigar en las páginas de cualquiera de los códices de Leonardo da Vinci^[49] y lees las traducciones y los estudios que normalmente suelen acompañar toda la obra leonardiana, te das cuenta de una cosa. Toda explicación es objetiva. Y a veces, tu cuerpo, tu vista, tus sentidos... te piden ver y leer entre líneas, allí donde el mensaje de Leonardo se escucha alto y claro. Si bien el florentino calificó los cinco sentidos como los ministerios del alma, también

se dio cuenta de que la mayoría de las personas miran sin ver, escuchan sin oír, tocan sin sentir, comen sin saborear, se mueven sin conciencia de lo físico, inspiran sin oler y hablan sin pensar. Es decir, que hay una carencia generalizada del sexto sentido, que ya tratamos en el capítulo 3. Por eso, el mensaje que Leonardo transmitiría sería éste:

El tuit de Leonardo

*@Tienes_Talento:
«La cegadora*



ignorancia nos confunde. ¡Oh, miserables mortales, abrid los ojos!».

Una llamada que implica hacer caso de nuestra intuición y dejarnos llevar por la curiosidad, prestar atención, desenfocar nuestro campo visual y abrir los ojos de tal manera que aquello que enfoquemos sea nuestro objetivo a lograr mediante nuestros talentos.

El tuit de Christian

Creo firmemente en el método de la observación, en la amplitud del campo visual, en el cambio de perspectiva y en la técnica del desenfoque como alternativas válidas para el aprendizaje, así como para la gestión y el desarrollo óptimo de nuestros talentos. No son sistemas imprescindibles, pero son opciones muy válidas cuando crees que estás atascado en pleno desarrollo de un proyecto (vital o laboral). Por eso defiendo este tuit:

*@ChristianG_7:
«Aquellos que la
mente enfoca, la*



*mente provoca.
Prueba a
desenfocar,
provocarás más
aún».*

Para conseguirlo, quizá necesites antes un cambio de perspectiva que te permita analizar las cosas desde otro punto de vista.

¡Vamos a ello!

**¿QUÉ SIGNIFICA
«DESENFOCAR»?**

El sentido que doy aquí a «desenfocar» es el de retroceder un paso hacia atrás para avanzar dos, ya no hacia adelante, sino en la dirección que quieras tomar. Igual que sucede con las cámaras fotográficas, nosotros podemos usar el mejor objetivo del mundo (el ojo) para analizar lo que nos rodea mediante un desenfoque (visual y mental) y así poder, posteriormente, centrar la atención en lo que consideremos productivo y válido.

PONTE A PRUEBA:

- No dejes nunca de hacer caso

primero a tu intuición y luego a tu curiosidad. El instinto te puede llevar a conseguir retos que a priori ni te habías planteado.

- Como dijo Leonardo: «¡Abre los ojos!». Observa lo que te rodea y analiza qué te sirve y qué no, y no sólo en el ámbito laboral, también en tu grupo de amigos o incluso en casa. También puedes prescindir de cosas materiales que desvíen tu atención y tu concentración.
- Pon a prueba la sensación de desenfocar tu campo visual en tu vida cotidiana: en un bar, en una clase, en casa, delante de tu

biblioteca. Intenta concentrar el foco en algo a lo que no habías prestado nunca atención. No sólo puede instruir, también puede divertir.

LA CITA:

«Donde está tu atención, allí estás tú».

PARA SABER MÁS:

LEONARDO DA VINCI
(sobre pintura y desenfoque, o *sfumato*)

- *Tratado de la pintura.* Múltiples editoriales.

ROBIN SHARMA (sobre el enfoque en la vida)

- *El monje que vendió su Ferrari,* Grijalbo, Barcelona, 2012.

EDWARD DE BONO (sobre la multiplicidad de enfoques)

- *Seis sombreros para pensar*, Paidós Ibérica, Barcelona, 2008.

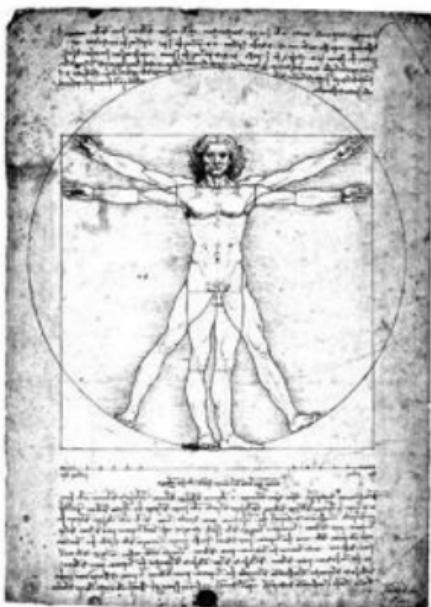
MICHAEL J. GELB (sobre el *sfumato* como enfoque)

- *Da Vinci decodificado*, Punto de Lectura, Barcelona, 2006.
- *Atrévete a pensar como Leonardo da Vinci*, Planeta, Barcelona, 1999.

δ

CAMBIA TU PERSPECTIVA

#ElHombreDeVitruvio



Trabajo en equipo

Cambia la perspectiva. Prueba a poner tu talento (talentos) en conjunción con los talentos de otros. Organiza un grupo de personas que, gracias a su talento, persigan un fin común.

A eso se le llama trabajar en equipo. Es decir, establecer relaciones con una interactividad entre ellas, lo que lleva a potenciar el talento individual.

Como diría Henry Ford:^[50]

*«Llegar juntos es el principio;
mantenerse juntos es el progreso;
trabajar juntos es el éxito.»*

Henry Ford

Pero, como en todo sistema de trabajo, tenemos que tener en cuenta lo positivo y lo negativo de trabajar en equipo:

| POSITIVO | NEGATIVO |
|---|---|
| Potencia la integración entre los miembros del equipo. | Cada uno es único. Eso puede llevar a intentar posicionar unos valores sobre otros. |
| Cada uno es consciente de la contribución al equipo. Potencia el talento. | Se puede buscar el reconocimiento individual por encima del resultado en equipo. |
| Refuerza el sentido de la implicación. | Cada uno puede querer ser escuchado. |
| Cada uno se puede enriquecer de los valores de otro. | Pueden surgir disputas por el rol del liderazgo |
| Hay un aprendizaje conjunto a la hora de empezar a construir algo. | |

Si tenemos en cuenta esos factores, se pueden prever situaciones sobre, por ejemplo, la manera de trabajar entre los

miembros del equipo, sentar las bases de un clima grupal y un comportamiento asentado en esas bases, debatir qué puede hacer cada uno para que la relación entre los miembros vaya siempre a más y, sobre todo y lo más importante, cómo se ha de actuar cuando las cosas no vayan como el equipo espera.

Creación de un equipo:

Tanto si vas a ingresar en un equipo como si eres un líder que necesita formar un equipo, necesitas un criterio de selección basado en:

- La homogeneidad en los talentos y los valores de los individuos.
- El candidato debe mostrar un interés real y personal.
- El candidato tiene que saber gestionar el tiempo para que su dedicación sea eficaz.
- Tiene que saber disfrutar en grupo y delegar en las personas. El trabajo en equipo conlleva confianza. No medallas ni méritos propios.
- Nadie debe imponer

decisiones. Esa potestad sólo la tiene el líder, el jefe o el que al final de mes te ingresa la nómina. Pero un sistema de equipo basado en la imposición tarde o temprano puede acarrear disconformidad y romper el clima entre los componentes.

*El apoyo entre compañeros fomenta
el espíritu de equipo.*

Por supuesto, también hay una serie de valores a tener en cuenta y a poner en

práctica una vez que el equipo está formado. Sobra decir que el sacrificio o esfuerzo son valores que se presuponen desde un primer momento. Es decir, en todo equipo tiene que haber una predisposición. Pero no sólo para alcanzar una meta mediante objetivos secundarios. Una predisposición a delegar, a escuchar, a enseñar o a encajar críticas constructivas puede hacer de un bloque un conjunto sólido y compacto.

La comunicación tiene que ser una herramienta fundamental no sólo entre los miembros del equipo, sino también para con el jefe o líder. El emisor pasa a

veces a ser el receptor y viceversa. Tiene que reinar la fluidez y la transparencia en cada mensaje. Posiblemente tu equipo, el que lideras o del que formas parte, esté formado por gente que se complementa; es decir, los talentos o los valores serán homogéneos para la consecución de determinado objetivo, pero no por ello tienen que tener la misma forma de trabajar. Uno puede ser más impulsivo y otro, más reflexivo, aun teniendo similitud en sus valores. Uno no es mejor que el otro. Es complementario.

Claves del trabajo en equipo:

Existen varias claves del trabajo en equipo; he seleccionado una serie de valores que, creo, nunca deberían faltar en un grupo (de trabajo, de amigos...):

1. **Respeto:** habla con respeto a los demás y piensa siempre lo que vas a decir antes de decirlo. Ten en cuenta que la cooperación en equipo puede llevar mucho tiempo.
2. **Paciencia:** para conseguir el resultado deseado de manera

óptima se puede llegar a necesitar mucho tiempo. Separemos los proyectos a corto plazo (100 metros lisos) de los proyectos a largo plazo (una maratón) y aprendamos a trabajar con paciencia.

3. **Profesionalidad:** separa siempre las cuestiones personales de las laborales. Lo peor que puede pasar es que lideres un equipo formado por amigos. Una decisión complicada puede tomarse como un ataque personal y se puede llegar a utilizar la psicología emocional para evitar la realización de esa

decisión (también llamado «chantaje emocional»).

4. **Transparencia:** evita odiar a la gente. Es mejor hablar las cosas a la cara. El hecho de trabajar en equipo no significa necesariamente que todos se vayan a convertir en tus amigos. Se podría criticar una idea (siempre de manera constructiva) pero nunca a una persona.
5. **Entendimiento:** escucha a los demás, comprende, y después hazte comprender expresando tu punto de vista. A veces el resultado se multiplica por diez.

6. **Reconocimiento:** puede llegar a ser muy sabio reconocer que en un *brainstorming*^[51] alguien haya tenido una idea mejor que la tuya y evitar imponer algo sólo porque es tuyo.
7. **Ignorancia:** es mejor que no supongas. Si no lo sabes, pregunta. Suponer puede llevar a problemas cuyos daños colaterales sean irremediables.
8. **Honradez:** cuida tus gestos. Las personas se fijan en cómo se mueven los demás. Sobre todo si intentas hacer un gesto despectivo (suele pasar, y mucho, en los

trabajos).^[52]

9. **Disculpa:** pide perdón cuando te equivoques. No pasa nada. Todos lo hacemos (equivocarnos). Un perdón a tiempo puede evitar una fisura en el equipo.
10. **Profundidad:** busca puntos en común con los otros más allá de los valores y talentos. Quizá compartas gustos deportivos o cinematográficos con un compañero de tu equipo. Igual hay un amigo con el que no te esperabas encontrar.
11. **Cooperación:** ayuda a los demás siempre que lo necesiten. Recuerda

que el trabajo en equipo requiere colaboración, actitud y esfuerzo.

12. **Observación:** mira y observa cómo se hacen las cosas, cómo trabajan los demás. Es un arma útil para detectar posibles fallos y así poder corregirlos.
13. **Positivismo:** ten siempre una actitud positiva. Trabajar con buen humor siempre suma, personal e inmaterialmente.
14. **Compromiso:** no hay que delegar la tarea que le pertenece a uno por pereza o por tener un estatus más elevado. No hay que demorar las entregas de los trabajos. Hay que

ser responsable y, por supuesto, consecuente.

15. **Creatividad:** todos, en mayor o menor medida, somos creativos. En el grupo puede haber un miembro que siempre tenga grandes ideas a las que les falte algo minúsculo para poderlas hacer brillar. Quizá el menos creativo del grupo, con un comentario, pueda aportar algo pequeño y simple que convierta en realidad una gran idea a priori utópica.
16. **Anquilosamiento:** como equipo, es mejor estar en constante evolución y revolución de ideas para no

quedarse anclado en un concepto. Los tiempos cambian, las personas cambian, las ideas mejoran.

17. **Humildad:** aléjate de los que sostengan: «El líder nace, no se hace». En cualquier momento alguien puede desatar un talento oculto y convertirse en referencia para un grupo de persona. El líder sirve de inspiración, no tiraniza.

«El respeto no se exige, el respeto se gana.»

Risto Mejide

A veces, un cambio de perspectiva

no tiene por qué llevar intrínseco un cambio de forma de trabajo, es decir, pasar de trabajar de manera individual a trabajar de manera colectiva, ni mucho menos.

También puede ser un cambio de manera de trabajar individualmente. Para entenderlo mejor veamos el cambio de perspectiva de Leonardo da Vinci, que nunca trabajó en equipo.

Cambio de perspectiva mental

Apunta Leonardo en su *Tratado de la pintura*:

La perspectiva preside, pues, todos los tratados y disciplinas humanas allí donde las líneas se complican con los modos de demostración, encontrando la gloria de la matemática y, más aún, la de la física, floridas la una a la otra.

Según la RAE, la perspectiva es:

1. Arte que enseña el modo de representar en una superficie los objetos, en la forma y disposición con que aparecen a la vista.
2. Obra o representación ejecutada con este arte.
3. Conjunto de objetos que desde un punto de vista determinado se presentan a la vista del espectador, especialmente cuando están lejanos.
4. Apariencia o

representación engañosa y falaz de las cosas.

- 5. Punto de vista desde el cual se considera o se analiza un asunto.**
- 6. Visión [...] que viene favorecida por la observación ya distante, espacial o temporalmente, de cualquier hecho o fenómeno.**
- 7. Contingencia que puede preverse en el curso de algún negocio.**

La primera definición atañe

directamente al mundo del arte, y marcamos en negrita los puntos 5 y 7 porque Leonardo los puso en práctica en el siglo XV y nosotros, en el siglo XXI para la ejecución de una empresa.

Pero perspectivas^[53] artísticas como tales existen muchas, como por ejemplo:

- **Lineal:** *La última cena* de Leonardo da Vinci, donde las líneas paralelas que van de más cerca a más lejos convergen en un punto de fuga creando una perspectiva.
- **Sfumato:** *La Gioconda* de Leonardo, que difumina los

contornos y prescinde de la línea negra que delimita la figura logrando una gran sensación de realismo.

- **Aérea:** *La tempestad* de Giorgione o *Las meninas* de Velázquez, en las que se representa la «atmósfera» que envuelve a los objetos eliminando los límites de forma y color.

Y los puntos de fuga en las artes plásticas son:

- **Perspectiva paralela o frontal:** donde sólo se

utiliza un único punto de fuga que coincide con el punto principal.

- **Perspectiva oblicua:** que utiliza dos puntos de fuga localizados en un ángulo de 90.^o con el vértice en el punto de vista.
- **Perspectiva aérea:** con un tercer punto de fuga localizado en una línea de horizonte vertical accesoria debido a un horizonte muy alto o muy bajo, lo que lleva a una alteración de las líneas verticales.

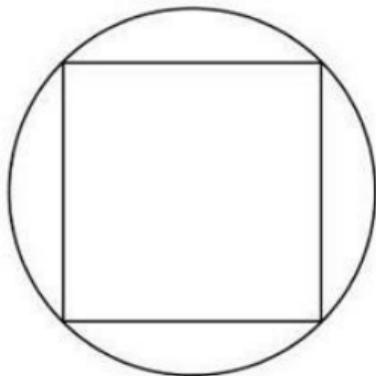
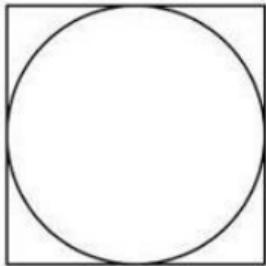
Perspectiva = Otra forma de ver las cosas

Ahora bien, un cambio de perspectiva puede NO referirse a la obra de un artista, sino a la MENTE del artista. Del mismo modo que un cambio de perspectiva no tiene por qué consistir en pasar de trabajar de manera individual a hacerlo en equipo, como hemos apuntado. Puede ser un cambio de perspectiva a la hora de ver las cosas.

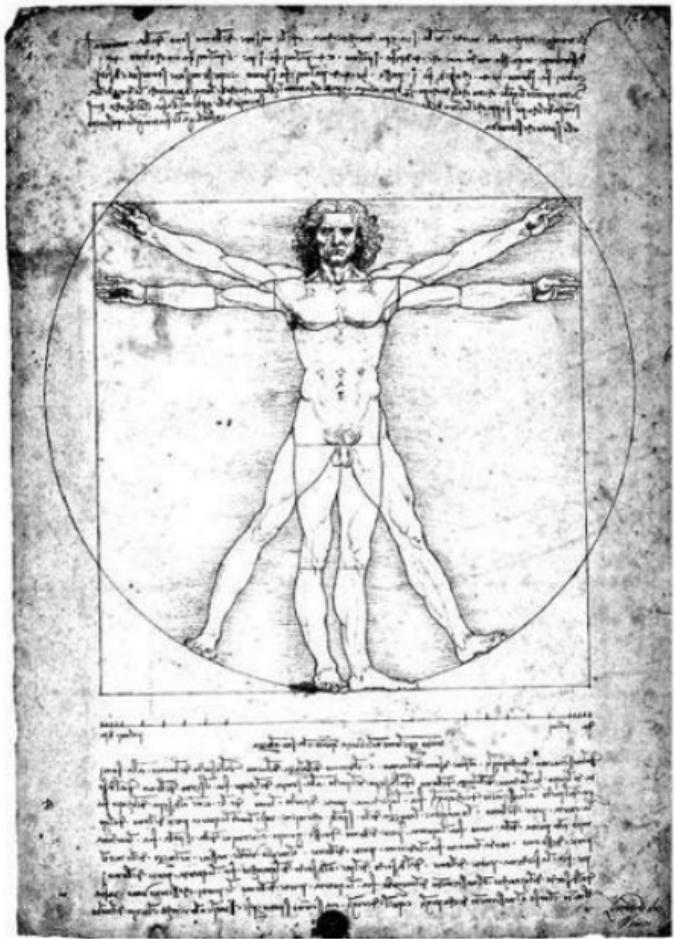
Y te voy a mostrar el ejemplo de una de las mentes más prodigiosas de la historia de la humanidad.

Partiendo de su dibujo *El hombre de Vitruvio*^[54] demostraremos como un cambio de perspectiva mental puede solucionar un gran problema. Durante siglos se estudió el «canon de las proporciones humanas» y la posibilidad de hallar la llamada «cuadratura del círculo» con respecto a la figura humana.^[55]

El único problema era que todos los artistas y estudiosos que intentaron proporcionar al ser humano en la cuadratura del círculo tomaban como punto de partida un único eje.

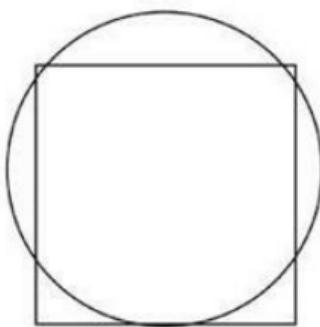


En cualquiera de las dos opciones el canon de belleza del cuerpo humano se iría al traste, ya que se deformarían brazos y piernas, alargando en demasiá los primeros y recortando los segundos. Pero ¿qué diferencia hay entre estos primeros bocetos y el dibujo de Leonardo da Vinci?



Es obvio, Leonardo cambia la perspectiva y prioriza el cuerpo humano frente al círculo y al cuadrado,

quedando el esquema de la siguiente manera.



Y no sólo eso, sino que además el genio florentino añade un segundo cambio de perspectiva y añade al cuerpo humano un eje más. Es decir, dos en total.

El primero de ellos se halla en el ombligo, punto central natural del cuerpo humano a partir del cual, con la

precisión de un compás, traza un círculo que brazos y piernas alcanzarían sin tener que recurrir a la deformidad. Pero ¿cómo hallamos el cuadrado sin deformar ni el cuerpo ni el círculo? Añadiendo un eje más. Leonardo señaló los genitales como eje central del cuadrado y formó una cuadratura del círculo respetando los cánones del cuerpo humano del que podemos sacar 16 posiciones distintas.

Se trata de un redescubrimiento de las proporciones matemáticas del cuerpo humano en el siglo XV y uno de los mayores acontecimientos de todo el Renacimiento.

Existen tres tipos de canon para determinar las proporciones del cuerpo humano:

1. Un canon de siete cabezas y media = figura común.
2. Un canon de ocho cabezas = figura ideal.
3. Un canon de ocho cabezas y media = canon heroico.

Pero las proporciones descritas por el propio Vitruvio en su momento son las siguientes:

- El rostro, desde la barbilla

hasta la parte más alta de la frente, donde están las raíces del pelo, mide una décima parte de la altura total.

- La mano, desde la muñeca hasta el extremo del dedo medio, mide exactamente lo mismo.
- La cabeza, desde la barbilla hasta su coronilla, mide la octava parte de todo el cuerpo.
- Una sexta parte mide desde el esternón hasta las raíces del pelo.

- Desde la parte media del pecho hasta la coronilla, una cuarta parte.
- Del mentón hasta la base de la nariz mide una tercera parte del rostro.
- La frente mide igualmente otra tercera parte.
- El pie equivale a un sexto de la altura del cuerpo.
- El codo, una cuarta parte.
- El pecho equivale a una cuarta parte.
- El ombligo es el punto central natural del cuerpo humano. Si sitúas un

compás en el ombligo y trazas una circunferencia, ésta tocaría las piernas y los brazos estirados de un hombre.



Proporciones de la cabeza según Leonardo da Vinci.
Pero el maestro Leonardo da Vinci

no sólo corrigió en el siglo XV algunas proporciones, sino que además añadió otras:

- Cuatro dedos hacen una palma.
- Cuatro palmas hacen un pie.
- Seis palmas hacen un codo.
- Cuatro codos hacen un paso.
- 24 palmas hacen a un hombre.
- Desde la parte superior del pecho al nacimiento del pelo será la séptima parte del hombre completo.

- Desde los pezones a la parte de arriba de la cabeza será la cuarta parte.
- La anchura de los hombros contiene en sí misma la cuarta parte.
- Desde el codo a la punta de la mano será la quinta parte.
- Desde el codo al ángulo de la axila será la octava parte.
- La mano completa será la décima parte.
- El comienzo de los genitales marca la mitad del hombre.

- El pie es la séptima parte.
- Desde la planta del pie hasta debajo de la rodilla será la cuarta parte.

De hecho, el famoso *Tratado de la pintura*, en el punto 9 de las «*Consideraciones*», leemos: «Que no me lea el que no sea matemático, pues me atengo siempre a mis principios».

Toda la belleza de la pintura y el desarrollo de la perspectiva estaban basados en la pura matemática.

Con esto quiero decir que un «simple» cambio de perspectiva puede desencadenar una serie de

acontecimientos y descubrimientos que pueden incluso cambiar la historia del hombre. No estamos para cambiar dicha historia, pero sí tenemos objetivos en mente. Una metas que alcanzar, unos sueños que cumplir. Esos sueños, esas metas y esos objetivos son tridimensionales. Se pueden rodear. Se pueden mirar desde distintas perspectivas. Como si de un videojuego actual se tratase, donde también existen dos perspectivas: vista en primera persona (en donde sólo vemos lo mismo que ve el personaje que manejamos) o vista en tercera persona (donde, desde un punto de vista más alejado, vemos al

personaje y todo lo que le rodea, con lo que podemos sacar ventaja en determinadas situaciones). De hecho, hay juegos que te permiten elegir la perspectiva que prefieras para disfrutar así de una experiencia total.^[56]

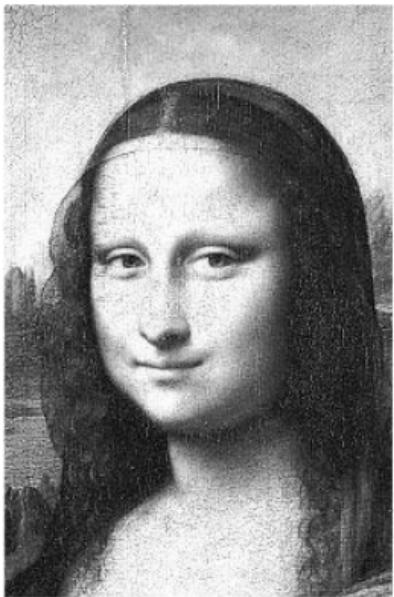


«La perspectiva es la rienda y el timón
de la pintura.»

Leonardo da Vinci

Para terminar de cambiar perspectivas, cambiemos la visión que tenemos sobre *La Gioconda*. ¿Y si fuera un autorretrato del mismo Leonardo? A simple vista parece una locura, pero son varios los expertos^[57] que aseguran que la persona plasmada al óleo sobre tabla de álamo que hoy reposa en el museo Louvre no es Lisa Gherardini.

Un cambio de perspectiva que, sin duda, da mucho juego.





Huye de los elogios, busca las críticas.

Adáptate: ¿Qué se espera de ti?

Si durante la búsqueda de tu marca personal y de tus talentos has descubierto que eres una persona sincera y autocrítica, has ganado mucho terreno. Durante mis años de experiencia he descubierto que, cuanto más tiempo pasa, más seguro estoy de mí mismo. Eso no significa, ni mucho menos, que haga las cosas cada vez mejor. Significa que, dentro de mi seguridad, soy lo suficientemente sincero conmigo mismo para darme

cuenta de si he brillado o si no he tenido uno de mis mejores días.

En mi profesión existe, entre las personas que no conoces y que no te conocen, cierto peloteo, y llega un momento en que te aburre hasta la saciedad que te digan lo bueno que eres y lo bien que haces todo. Si eres un líder, un jefe o dueño de alguna empresa, seguro que tienes a alguien de tu entorno con esa característica.

Cuando uno sabe qué valores y qué talentos le difieren del resto y le aportan lo necesario para desempeñar su trabajo y realizar la consecución de su objetivo, no necesita a nadie que le recuerde

constantemente lo bueno que es todo. Yo personalmente huyo de todo eso y me arrimo a las personas que, en el mismo entorno y bajo el mismo techo, a veces se acercan y me dicen: «Chris, ahí no has estado acertado». Ese consejo quizá valga mucho más que cien alabanzas juntas. Y seguro que me aportará mucho más.

Entre los elogios y las críticas, me quedo con lo segundo, siempre que lleguen con respeto, con cariño y con un fin constructivo. Huyo de las críticas o los insultos que llegan gratuitamente a través de las redes sociales. Pero un compañero (no tiene por qué ser un

amigo) con una perspectiva diferente a la tuya puede ayudarte a abrir los ojos o ver las cosas de otra manera.

Porque incluso el trabajo en televisión es un trabajo de equipo donde hay compañeros (e incluso compañeros que son amigos) que hacen que tu (mi) trabajo brille. Y todos y cada uno de ellos son imprescindibles. Incluso cuando los valores y los talentos son dispares, pero, con un objetivo común (entretenir), todos remamos en la misma dirección. Lo mismo pasa en una empresa, un equipo deportivo o una pandilla de amigos que se van juntos de vacaciones. La cooperación es

fundamental aunque tu único objetivo sea la diversión.

Cuando trabajas en televisión o cualquier otro medio donde tengas exposición de cara al público tienes que saber lidiar con la fama. Tampoco importa que no seas una persona pública. Puedes ser el director de una empresa, el líder de un equipo o sólo alguien que ha tenido el valor de ser creativo y ha destacado con su talento por encima del resto del grupo.

A partir de ahí adquieres notoriedad y, consecuentemente, granjeas amistades e inevitables enemistades a causa de la envidia. ¡Ojo! La fama es una arma de

doble filo, y creo que yo no sabría definir las consecuencias de la fama mejor que mi compañero Javier Labandón, más conocido en el mundo de la música como «el Arrebato».

En una de sus visitas a «Pasapalabra», y hablando de lo que cambia la gente o cómo se le sube la fama a la cabeza a determinadas celebridades, sentenció la conversación de la siguiente manera:

«La fama no te cambia, más bien te descubre.»

Javier Labandón «el Arrebato»

Y nada más cerca de la realidad. Javier, todo un poeta del pentagrama, me hizo cambiar de perspectiva, ya que no tuve ningún argumento para rebatir esa cita que se había convertido por derecho propio en axioma.

Es decir, la fama, a la larga, nos muestra tal y como somos de verdad, para bien o para mal. No tiene nada que ver con que te guste la manera de presentar de uno u otro. Incluso mi manera de presentar. Se trata de la personalidad, de la marca personal, de los valores y de los talentos. Por supuesto, hay gente en televisión que no es de mi agrado, como puedo yo no

serlo para muchos. Pero trabajamos en equipo con un mismo objetivo en común, y lo vuelvo a repetir: ENTRETENIMIENTO.

Que una persona pueda ser compatible o no con tus valores, tu educación o tu manera de ver las cosas no significa que no puedas valorar lo buen profesional que es esa persona ciento por ciento incompatible contigo. Eso te hace ser sincero y, además, justo.

Una buena conversación con un invitado, con un amigo, con un familiar o con tu pareja te puede hacer cambiar tu perspectiva de las cosas o simplemente ampliar tu campo visual. Te puede

aportar cosas que tú por ti mismo no habías descubierto ni desarrollado, pero eso no significa que no tengas talentos, ni mucho menos. Significa que estamos en constante desarrollo y aprendizaje.

Por supuesto, un cambio de perspectiva puede venir precedido de un error, y ese error sólo nos muestra lo que debe ser corregido y lo que debe ser aprendido. Y no hay que tener miedo al error. No hay que temer equivocarse.

*«Equivóquese; equivóquese otra vez,
pero equivóquese mejor.»*

Samuel Beckett

Por esos mis talentos y los tuyos se nutren de la adaptación. De cómo nos adaptamos a los errores, a las situaciones, al camino hacia nuestros objetivos, al equipo que se ha formado para la consecución del objetivo común.

La adaptación es parte del desarrollo de nuestras aptitudes y de la formación de nuestros talentos. Y la adaptación siempre comienza preguntándonos:

¿QUÉ SE ESPERA DE MÍ?

Si hemos conseguido nuestra marca personal, hemos decidido qué virtudes

vamos a poner en valor y hemos sido consecuentes con la búsqueda de un perfil laboral vacante que nuestro talento pueda cubrir, tenemos que estar preparados. Ir un paso por delante (¿recuerdas el currículum de Leonardo da Vinci?)^[58] y saber qué se necesita de mí, qué se espera de mí y qué aptitudes y actitud esperan que tenga frente a un reto.

Al final de todo también quiero apuntar algo. Algo que siempre me enseña mi mujer:

NO HAY NADA ABSOLUTO.

No hay nada completamente seguro, menos la muerte. Es decir, no siempre todos los problemas requieren de un cambio de perspectiva. Puedes probar, te puede servir, te puede solucionar un problema que antes veías como un obstáculo infranqueable, pero también puede no servirte de nada. Sólo son posibilidades. Puedes trabajar en equipo y darte cuenta de que la mejor manera de sacar todo tu potencial puede ser en la más absoluta soledad (como estoy escribiendo este libro; la soledad me aporta concentración).

ADAPTARSE = MEJORAR

Al final se trata de probar, de crecer, de mejorar, de potenciar tu talento. Y está claro que puedes hacerlo solo o en equipo. Con un único punto de vista o con una ampliación del campo visual que te otorgue un cambio de perspectiva. Al fin y al cabo, cualquiera de las opciones requiere una adaptación.

Puede que incluso, en un momento determinado, tengas que adaptarte a ti mismo.

Eso se llama: MEJORAR.

La perspectiva en un tuit

El tuit de Leonardo

En su *Tratado de la pintura* Leonardo da importancia suprema a la perspectiva; tanto como para afirmar que un joven pintor recién iniciado en el mundo de las bellas artes debe aprender en primer lugar el arte de la perspectiva para comprender la justa medida de las cosas. La perspectiva es lo que otorga realidad y corporeidad a un dibujo o pintura que, a priori, está plasmado en

un lienzo de dos dimensiones. Al otorgar a la pintura el don de la perspectiva, Leonardo afirma que se puede lograr la misma belleza que percibimos en el mundo real.



*ⓐTienes_Talento:
«El ojo recibe de la belleza pintada el mismo placer que de la belleza real».*

Es el momento en el que arte y realidad se unen, pero ¿qué es la realidad sino arte en movimiento?

El tuit de Christian

Pero el gran maestro sabía aplicar las perspectivas tanto en el arte como en la vida real, y un cambio de punto de vista, como hemos visto, puede solucionar un problema que parecía no tener salida. Conlleva tiempo adaptarse a un método distinto del que teníamos por costumbre utilizar, pero no hay que temer un cambio, sobre todo cuando nuestra conducta y nuestra manera de obrar no obtienen resultados.

*@ChristianG_7:
«Hay más de un*



*punto de vista.
Busca el que mejor
potencie tus
talentos. Cambia.
Adáptate. Mejora».*

Y ahora mira los dibujos de arriba. Hay gente que sólo tiene en mente la figura 1, y hay personas que ven la figura 2. ¿Dónde crees que hay más posibilidades de afrontar un problema con éxito?

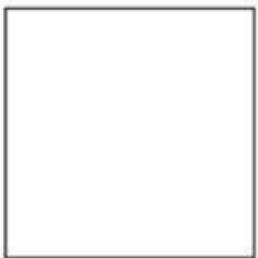


Figura 1

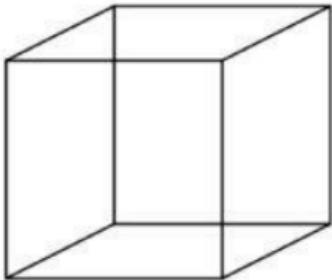


Figura 2

¿QUÉ ES LA PERSPECTIVA?

Apartándonos del concepto artístico, la perspectiva se presenta ante nosotros como un abanico de posibilidades a la hora de afrontar un reto, ya sea de manera individual o colectiva. A veces surge del mismo problema, otras veces como inspiración y otras muchas como parte del trabajo en equipo combinando

valores y talentos.

PONTE A PRUEBA:

- ¿Trabajas solo y no funcionas como deberías? Busca un equipo o móntalo, trabaja la integridad y el desarrollo de valores conjuntamente.
- ¿Trabajas en equipo y no encuentras la inspiración ni grandes ideas? Apártate. Concédete espacio y tiempo.
- No hay nada definitivo. Las

perspectivas (los diferentes puntos de vista) nos otorgan múltiples opciones. Busca la que mejor se adapte a tus talentos.

LA CITA:

«La mayoría de los problemas tienen más de un punto de vista. Busca tu perspectiva».

PARA SABER MÁS:

LEONARDO DA VINCI

(sobre perspectivas)

- *Tratado de la pintura.* Múltiples editoriales.

FERNANDO CORBALÁN
(sobre el lenguaje matemático y
la belleza)

- *La proporción áurea,* RBA,
Barcelona, 2010.

FRANCESC BORRELL

(sobre el trabajo en equipo)

- *Cómo trabajar en equipo*, Gestión 2000, Barcelona, 2007.

DANIEL KAHNEMAN

(sobre la perspectiva cerebral y
cómo pensamos)

- *Pensar rápido, pensar despacio*, Debate, Barcelona, 2012.

7

EL SÍNDROME DE LA OBRA INACABADA Y LA GESTIÓN DEL TIEMPO

#SanJerónimo



Gestiona tu tiempo y aprende a decir no

En el *coaching* se le da mucha importancia a todo lo que rodea el objetivo y la efectividad. Se trata de gestionar bien tu tiempo, es decir, hacer más en menos. Pero eso no significa no hacerlo bien.

Primero vamos a identificar los objetivos. Tenemos objetivos primarios y objetivos secundarios. Pongamos un ejemplo... Un objetivo primario para alguien sería escribir un libro; ése sería su objetivo primario e ineludible que,

incluso, podría tener una fecha determinada como plazo de entrega. Se trataría de un objetivo improrrogable. Pero ese objetivo primordial estaría compuesto de varios objetivos secundarios, como, por ejemplo, escribir los capítulos que forman la totalidad del libro (cada uno de ellos con una fecha determinada de entrega). La entrega de los capítulos sería un objetivo secundario, ya que se podría fallar en la entrega de cada uno de los capítulos sin menoscabo de que se cumpliera con la entrega del libro completo (el objetivo principal). Así que bastaría con acelerar la entrega de

algunos de los objetivos secundarios para acercarte al objetivo principal y equilibrar la balanza.

Sea como fuere, lo que sí tienes que tener muy claro es que tu objetivo sea coherente con tus valores y con tu marca personal. De esa manera, como hablamos en capítulos anteriores, seremos capaces de potenciar el resultado de nuestros objetivos.

Y, por supuesto, debemos tener muy claro el objetivo final (objetivo primario) para que a través de su consecución progresiva nos invada la inspiración.

Los pasos que se recorren para la

consecución de un objetivo son los siguientes:

- Analizar la situación y el objetivo requerido.
- Identificar tu objetivo primario así como los secundarios.
- Entender las razones por las que son necesarios los objetivos.
- Definir una estrategia o plan de acción sobre los objetivos secundarios.
- Hacer un seguimiento de esos objetivos secundarios

y los plazos de alcance.

Modelo GROW:

El llamado «modelo GROW», de sir John Whitmore (cofundador del *coaching* y pensador eminente en los ámbitos del liderazgo, desarrollo organizacional y sostenibilidad ambiental), debe su nombre a un acrónimo formado con las iniciales de las siguientes palabras inglesas:

- **Goals:** o *metas* (cuyo

objetivo es definir y establecer las metas a conseguir).

- ***Reality***: o *realidad* (que, como ya hemos visto, supone analizar la situación).
- ***Options***: o *posibilidades* (es decir, medir las opciones que pueden hacer factible el logro).
- ***Will***: o *voluntad* (para establecer el plan de acción y buscar una motivación y un compromiso).

El método *Grow* (que significa, a su vez, «crecer», «aumentar», «cultivar», «tomar vuelo») es uno de los más importantes del *coaching* en el ámbito internacional, y ejemplifica a las mil maravillas cómo uno debe afrontar los retos y objetivos. Su cumplimiento conlleva tener muy clara nuestra responsabilidad para con el reto a base de desarrollar nuestra confianza. Cuanto más seguros estemos de nosotros mismos, más claro tendremos cómo conseguir nuestra meta.

«Ocúpate» y no te «preocupes».

Partamos de la base de que muchos de nosotros, alguna vez, hemos sustituido la tarea que debíamos hacer por otra menos importante, incluso, a veces, siendo conscientes de que no deberíamos dejar de hacer nuestra tarea. A veces buscamos una excusa para dejar algo para más tarde... Pero, para ser gestores de nuestro propio tiempo y rendir con más productividad, debemos tener muy en cuenta, como hemos comentado, nuestra responsabilidad (no

hay excusas, sólo responsabilidad). Y tenemos que saber discernir entre lo importante y lo urgente, que, a veces, convergen en una misma tarea, y muchas otras no.

Pongamos como ejemplo a Stephen R. Covey^[59] y su éxito a escala internacional *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva*. En este libro encontramos una de las mejores guías de liderazgo y gestión del tiempo. Los siete hábitos que defiende Covey son los siguientes:

- **Sé proactivo:** toma una responsabilidad y actúa

según la decisión tomada de acuerdo a tus valores y no a las condiciones en las que te encuentras.

- **Empieza con un fin en mente:** hay que tener muy clara la dirección que uno quiere tomar (autoliderazgo), y hay que tener presente que las cosas se crean dos veces (la primera vez en la mente y la segunda en el plano físico).
- **Establece primero lo primero:** fija un orden de prioridades u objetivos

(secundarios).

- **Piensa en ganar:** desarrolla tu personalidad para tener éxito trabajando (también en equipo) y ten muy claro tu objetivo final (primario).
- **Procura primero comprender y luego ser comprendido:** también llamado el hábito de la comunicación efectiva; una cosa es oír y otra muy diferente es escuchar (prestar atención), pero lo más importante es

comprender; a partir de ahí podrás comunicarte de una manera (escrita o hablada) que los demás comprendan perfectamente.

- **Crea sinergias:** este hábito implica una cooperación creativa (trabajo en equipo); las diferencias de opiniones y puntos de vista pueden dar como resultado algo que no se había tenido en cuenta en un principio y que puede ayudar a potenciar el resultado final del objetivo deseado.

- **Afila la sierra:** se refiere al hábito de la autorrenovación, básico para mantener todos los demás hábitos en funcionamiento.

En su otra obra de éxito, *Primero, lo primero*,^[60] Covey nos regala una guía sencilla y práctica de la gestión del tiempo que nos ayuda a diferenciar lo urgente de lo importante.

Gestión del tiempo:

IMPORTANTE

URGENTE
↓

| | NO | SÍ |
|----|-----------------|-----------------------|
| NO | EVITA HACERLO | DECIDE CUÁNDΟ HACERLO |
| SÍ | DELEGA EN OTROS | HAZLO AHORA MISMO |

A partir de aquí también entran valores como la delegación de tareas en otros (cesión de la responsabilidad), evitar hacer cierto tipo de cosas que no aportan nada y sólo restan tiempo, la toma de las propias decisiones (y, por lo tanto, la aceptación de las propias responsabilidades) y, por último, la

capacidad de acción cuando algo es urgente e importante al mismo tiempo.

Volviendo de nuevo a los «hábitos» de Covey, el escritor desarrolla esta tabla de la gestión del tiempo, en la que vemos qué acciones debemos emprender para aplicar el esquema de la gestión del tiempo que acabamos de ver.

Conceptos como «crisis», «prevención», «cuestiones inmediatas» o «pérdida de tiempo» nos pueden ayudar a ser más efectivos y a no padecer ese «síndrome de la obra inacabada», es decir, el que nos lleva a que dejemos la tarea a mitad de camino por aburrimiento, falta de motivación o

falta de fe en la consecución de un logro:

Matriz de la administración del tiempo:

IMPORTANTE

URGENTE

| | NO | SÍ |
|----|---|---|
| NO | CONSIDERAR Ajetreo inútil Algunas cartas Algunas llamadas Pérdida de tiempo | PENSAR Prevención Construir Planificar Reconocer nuevas oportunidades |
| SÍ | DELEGAR Interrupciones Cuestiones inmediatas Reuniones o informes | ACTUAR Crisis Problemas apremiantes Proyectos cuyas fechas vencen |

Y, en esas circunstancias, cuando consideramos que algo NO es importante y NO es urgente, es cuando tenemos que aprender a decir NO.

Un NO en el momento oportuno puede evitar muchas cosas. Puede evitar malentendidos, y no sólo en el trabajo, sino también en la vida personal. Un NO a tiempo evita discusiones (sobre todo en la vida personal). Un NO a tiempo evita que tengas que hacer algo que no deberías estar haciendo, como un favor o un compromiso que te obligaría a postergar lo verdaderamente necesario y/o urgente para ti.

Al final se trata de psicología, tanto

pedir favores (o marrones, según se mire) como decir NO (aunque los demás no acepten un NO como respuesta). Aunque sepas negar con delicadeza y exponiendo tus motivos, la otra persona se puede sentir herida o decepcionada. Pero podría sentirse de la misma manera si, al final, el resultado de lo que te ha pedido no es lo que esperaba.

En definitiva se trata de evitar, de otro modo, ese síndrome que no queremos tener cerca. Al final, se trata de un compromiso. Si no tenemos inspiración ni un objetivo en el que focalizar nuestros talentos, el favor/compromiso/marrón se puede

convertir en una obra inacabada.

Un $\mathcal{N}O$ a tiempo evita problemas.

Modelo Leonardo

El gran maestro Leonardo da Vinci sufría del mencionado síndrome de la obra inacabada, y por partida doble. Por un lado, tenía encargos que, por falta de motivación, dejaba a medias o sin entregar. Por otro, y como ya hemos visto, su perfeccionismo lo llevó, por un lado, a no entregar nunca el retrato *La Mona Lisa* y, por otro, a la constante revisión de sus apuntes y códices, con continuas correcciones y nuevos apuntes.

He querido ilustrar el comienzo de

este capítulo con la obra *San Jerónimo*^[61] porque fue una obra abandonada por el maestro florentino. Se cree que el motivo fue su marcha a Milán, pero, posteriormente a la muerte del genio, apareció en el inventario de bienes de Salai, único heredero de Leonardo da Vinci.

El cuadro está sólo comenzado, pero la composición de la escenografía se puede ver al completo. Algo parecido le pasó un año después con su primer gran encargo por parte de los monjes de San Donato de Scopeto, cuando aún Leonardo no era considerado un gran maestro: el óleo sobre tabla *Adoración*

de los Magos (1481), ubicado hoy en la Galleria degli Uffizi, en Florencia, fue una obra que Leonardo NO terminó, a pesar de que invirtió bastante tiempo en los bocetos y los esquemas de perspectiva preparatorios antes de coger el pincel. El motivo fue el mismo: abandonó Florencia rumbo a Milán. Un año después, en 1482, escribiría el famoso «currículum» que hemos visto en el capítulo 2.

Leonardo tenía la costumbre, o al menos eso dicen los expertos, de abandonar una obra para emprender otra más interesante o de más prestigio.



Por ese mismo motivo era criticado y alabado al mismo tiempo. De hecho, Giorgio Vasari destaca eso precisamente. Aparte de sus continuas

alabanzas al florentino, este arquitecto, pintor y biógrafo natural de Arezzo también le achaca lo que llamamos «síndrome de la obra inacabada», y cito textualmente:

A pesar de su dominio del arte, empezaba muchas obras y no acababa ninguna, porque le parecía que la mano no podía añadir a la perfección del arte nada más de lo que él concebía.

Vasari nos recalca la ineficacia del artista florentino refiriéndose a la

ultimación de sus obras, pero abre una nueva vía de investigación sobre los posibles ideales perseguidos por Leonardo en su obra, los ideales de la belleza.

Pero tengamos en cuenta una cosa: dentro del perfeccionismo extremo de Leonardo a la hora de realizar sus obras, el maestro florentino aplicó, a su manera, el método GROW del *coaching* actual. Es decir, establecía metas, analizaba las situaciones bajo las cuales debía trabajar, tenía en cuenta las opciones que podían hacer factible la consecución de sus obras y establecía un plan de acción. Pero, como hemos

comprobado a través de estas páginas, Leonardo estaba demasiado adelantado a su tiempo, tanto que su propia gestión del tiempo, su manera de obrar e incluso él mismo eran incomprendidos.

Cito de nuevo a Vasari como ejemplo:

Se dice que el papa le encargó una obra, e inmediatamente empezó a destilar óleos y hierbas para hacer el barniz. Por lo que el papa León X dijo: «Ay de mí, éste no sirve para hacer nada, pues empieza por pensar en el

final antes que en el principio de la obra».

Leonardo da Vinci, por lo tanto, tenía muy presente el objetivo primario (el resultado final de su obra) y los objetivos secundarios (los pasos necesarios para hacer de un proyecto una obra real). Y también parece ser que Leonardo sólo diferenciaba dos tipos de trabajos: los importantes y los que no lo eran.

El sentido de la urgencia no era un valor para la mente del artista. Quizá por este motivo desesperó a más de un mecenas. Pero, por otro lado, el artista

era consecuente con sus valores, con su marca personal y con sus talentos.

Retomando a Elisa Ruiz (mencionada en el capítulo 1), en una entrevista le señalaron lo siguiente: «Parece que Da Vinci no estuvo de acuerdo con el resultado final de sus obras, lo que le creaba cierta frustración». A lo que esta catedrática emérita de Codicología de la Universidad Complutense de Madrid contestó:

*Era un hombre
perfeccionista y sufria el
síndrome de la obra inacabada.*

Por esa razón, muchas de sus obras, sobre todo pinturas, no las ultimó; y en sus manuscritos realiza una revisión continua.

Quizá, y para no idolatrar en exceso a nuestro genio universal, no deberíamos tomar como ejemplo la actitud de Leonardo en cuanto a ignorar los objetivos urgentes. En el siglo XV su vida se basaba en los encargos y en los pagos. Si no se cumplían los plazos, uno se veía obligado a buscarse de nuevo la vida.

Hoy, en el siglo XXI, buscarse de

nuevo la vida no es tan fácil como entonces para un artista. Vivimos en un mundo de plena competencia, social y laboral. En el siglo XV, el número de artistas era una proporción muy baja respecto al total de la población activa, y por lo tanto, la competencia era reducida. Se calcula que en el año 1000 de nuestra era habitaban el planeta alrededor de 310 millones de personas. Durante la Edad Media, con el inicio del Renacimiento incluido, numerosas epidemias (como la peste negra), las guerras y las situaciones climáticas adversas no ayudaron a paliar las crisis alimentarias por las malas cosechas y

provocaron estancamientos e incluso retrocesos en el crecimiento de la población.

En el año 1750 se alcanzó la cifra de 800 millones de habitantes y hoy en día hemos superado la barrera de los siete mil millones de habitantes.

Para que nos quede más claro, desde el Renacimiento hasta nuestros días se ha multiplicado nuestra competencia alrededor del 1400 por ciento.

Es obvio que, en un mundo donde las oportunidades muchas veces brillan por su ausencia, todos tenemos que diferenciar cuatro tipos de trabajos/labores/objetivos:

URGENTES / NO URGENTES / IMPORTANTES / NO IMPORTANTES

A partir de ahí, vale la pena tener como referencia el modelo de gestión del tiempo de Covey para potenciar nuestra productividad gestionando nuestro tiempo de manera óptima.

Busca la (im)perfección

A veces, el trabajo en televisión va tan rápido que se hace muy complicado gestionar objetivos secundarios, pero no imposible.

Tengamos en cuenta que el objetivo principal de la televisión es ENTRETENER. Sin entretenimiento, no hay televisión. Y dentro de ese objetivo principal podríamos hallar cientos de ejemplos de objetivos secundarios (la cultura en «Pasapalabra», la búsqueda de talento en «Tú sí que vales», etc.).

Sobre todo en los programas en directo, TODOS los objetivos son importantes y urgentes, tanto los principales como los secundarios. Lo veremos con un ejemplo:

El objetivo principal (OP) es entretenir. Pero puede haber más de un OP, como, por ejemplo, que el programa en directo dure en emisión determinado tiempo.

Los objetivos secundarios (OS) se vuelven importantes, urgentes e imprescindibles. Cada bloque de contenidos debe tener una determinada duración, al igual que los bloques de publicidad, que separan los bloques de

contenido unos de otros. En directo, hay veces que el contenido de un bloque es tan bueno que se pasa el límite establecido previamente para cuadrar el OP (la duración total del programa). Eso quiere decir que tenemos que reestructurar los contenidos del bloque siguiente utilizando el margen que nos da el bloque publicitario. Es decir, necesitamos restar algo de tiempo para no pasarnos de la duración del producto final, y por lo tanto vulnerar nuestro OP. Todo ello, por supuesto, se ha de conseguir sin afectar la calidad del producto (el entretenimiento) que es otro de nuestros OP.

Todo ello aparece en la escaleta,^[62] elemento indispensable no sólo para los programas en directo, sino también para los programas que se graban para su posterior emisión, en la que el *timing*^[63] es el OP.

Por motivos de confidencialidad no puedo mostrar ninguna escaleta de programas reales aquí, pero sí puedo ofrecer el arquetipo principal de la estructura básica de un programa ficticio. Vale para cualquier programa más o menos completo, pero aquí sirve sólo para que entendáis los OP y los OS de un programa de televisión.

| PRIMER BLOQUE | 19 MINUTOS | | |
|--|-------------------|--------------|-------------------|
| Contenido | Duración | Total | Grafismos |
| Cabecera programa | 00:00:30 | 00:00:30 | Rótulos |
| Presentador entrada <i>y speech</i> | 00:03:00 | 00:03:30 | Grafismo nombre |
| Vídeo de presentación | 00:01:30 | 00:05:00 | Vtr presentación |
| Presentación jurado | 00:06:00 | 00:11:00 | Grafismos nombres |
| Actuación | 00:01:30 | 00:12:30 | Grafismo nombre |
| Valoración | 00:05:00 | 00:17:30 | |
| Paso a publicidad | 00:01:00 | 00:18:30 | |
| PUBLICIDAD | | | |
| | | | |
| SEGUNDO BLOQUE | 30 MINUTOS | | |
| Actuación | 00:01:30 | 00:20:00 | Grafismo nombre |
| etc. | | | |

Y ahora me gustaría apuntar algo al margen. Algo relacionado con el fracaso

laboral. No todo lo que he hecho en mi vida ha funcionado. Para nada. Sigo trabajando y estando en el mercado laboral porque tengo dos productos de calidad en televisión con un fuerte respaldo de audiencia («Pasapalabra» y «Tú sí que vales» se encuentran entre las 60 emisiones más vistas de todo 2012, incluyendo deportes como Fórmula 1, la Eurocopa, la Champions League, la Europa League, la Liga, los Juegos Olímpicos, las series de ficción y el cine).^[64]

Para mejorar, a veces hay que tropezar.

Pero también he aprendido de lo que no ha funcionado; sobre todo he aprendido a aceptarlo con dignidad y seguir trabajando con humildad. Y sí, soy lo suficientemente valiente como para poner dos ejemplos y no guardarlos para que nadie se dé cuenta.

El primero de ellos fue un pequeño *talent show* llamado «Operación Tony Manero», en el que se buscaba al protagonista del nuevo musical sobre *Fiebre del sábado noche*. Su horario de

emisión, durante la madrugada, propició que el proyecto no durara lo esperado: se canceló antes de lo previsto. El primer gran palo de mi carrera. Pero, durante la precipitada final, no dejé de presentar ese programa como si de la Gran Gala de los Oscar se tratara. Si caía el programa, caía de la mejor manera posible.

Y añadiré, como persona valiente que me considero, un ejemplo más: mi debut en el cine. Para qué engañarme. Mi primer estreno no fue como esperaba. Nos apoyó muchísima gente, incluso compañeros de cadena, pero no fue un éxito de taquilla que digamos.

Durante el rodaje de *Ni pies ni cabeza*, una comedia sobre la Guardia Civil, ya nos dimos cuenta. Tanto el elenco de actores como el director, Antonio del Real, vimos que no teníamos los medios que nos habían prometido los que ponían el dinero (dejémoslo ahí). Sabíamos a priori que el resultado muy posiblemente no sería el que todos deseábamos, pero ni Antonio del Real, que hizo un esfuerzo titánico por sacar el proyecto adelante (nunca se le reconocerá lo suficiente), ni el elenco de actorazos que me rodeaban bajaron los brazos ni la cabeza. Muy al contrario. Todos, incluido quien esto

escribe, mostramos una actitud espartana y dimos lo mejor de nosotros mismos. Igual no fue suficiente (o sí), pero nunca nadie nos podrá negar el esfuerzo que hizo todo el equipo técnico, artístico y de dirección para hacer un trabajo digno. Aunque nadie ni nada es perfecto.

Ya hemos visto cómo Leonardo tenía casi una obsesión por la perfección en su trabajo. Hoy en día no nos podemos permitir esa perfección; primero porque la perfección o es subjetiva o no existe como tal. Tenemos que conformarnos con lo mejor que podamos hacerlo.

*«Aquellos que nos parecen imperfectos
son precisamente los que nos asombran
y nos atraen.»*

Paulo Coelho

Como comentábamos, hay que ser consecuente con los objetivos en relación con tus valores y talentos. Me he lanzado a escribir este libro porque tengo el conocimiento y tengo la experiencia suficientes como para poder contar algo. Y hay otra cosa mucho más importante que eso: he sabido mostrar la confianza y el conocimiento suficientes para que un editor publique el trabajo.

No basta con que confíes en ti

mismo. Otros tienen que confiar en tu trabajo. Pero, recuperando el concepto de «perfección», este libro está muy lejos de ser perfecto. Posiblemente, dentro de un año o dos, mis nuevas experiencias me aportarán conocimientos más amplios que me podrían servir para incluirlos entre estas páginas. Pero mi objetivo final era que estas páginas, de esta manera, llegaran a ti. Y lo he cumplido. Tengo claro que éste y no otro es el mejor trabajo que he hecho hasta la fecha.

He cumplido todos mis OP y, por supuesto, mis OS. De hecho, me adelanté casi un mes a la fecha de

entrega. Pero no es que hiciera el trabajo de prisa y corriendo, sino que prioricé lo que de verdad importaba y me involucré enormemente. Lo que importa es que ofrezcas todo lo que tu talento puede dar de sí.

Durante cinco meses vi reducida mi actividad por una hernia discal L5-S1 con ciática, lo que mermó bastante mi movimiento en mi vida privada, y sólo hacía el esfuerzo de sacar el trabajo adelante.

A lo largo de todo ese tiempo aproveché para escribir. Lo importante y urgente (mi OP) era tener una revisión médica constante (OS) para intentar

mejorar la lesión. Y, por otro lado, tenía que entregar este libro (OP) a través de periódicas entregas de capítulos (OS). Al final conseguí gestionar el tiempo de manera que entregué el trabajo en la fecha prevista, pude corregir textos, realicé la sesión de fotos pertinente para la portada y envié el manuscrito a maquetación e imprenta.

Gracias a una buena gestión del tiempo, evité agobios innecesarios, malestar con el editor, y he entregado un trabajo digno.

En resumen, como hemos visto al principio del capítulo:

Cambia «preocupación» por «ocupación».

Gestión del tiempo en un tuit

El tuit de Leonardo

Leonardo no era un buen gestor del tiempo, pero sí era un buen gestor de SU tiempo, cosa que, en el siglo XV, se podía permitir si contaba con un mecenazgo adecuado. Como hemos abordado el tema del exceso de perfeccionismo que mostró Leonardo da Vinci respecto a su obra, no hay cita que nos cuadre más para este capítulo que la que viene a continuación, en la cual

Leonardo se refiere al concepto de «obra inacabada».



***@Tienes_Talento:
«Una obra de arte
nunca se termina,
sólo se abandona».***

Queda patente el hecho de que Leonardo insistía en la búsqueda de la perfección artística, esa perfección que incluso puede llevar al artista a tener que abandonar la obra por no poder encontrar un fin digno.

El tuit de Christian

Después de mucho pensar, de mucho trabajar y de mucho evaluar el resultado de todo lo que hago, me he dado cuenta de una cosa. Si retrasas algo por un motivo que no sea importante y urgente, generas unos daños colaterales en forma de retrasos en otras actividades que, tarde o temprano, tendrás que realizar. Esas «tareas» se pueden referir a lo laboral, lo social o incluso al ocio. Pero siempre tengo presente que cualquier cosa que haga tiene que ser consecuente con:

- Mis valores.
- Mis talentos.
- Mi voluntad de querer hacerlo.

A partir de ahí, dejar algo para más tarde o retrasarlo por mera pereza supondrá, en un futuro no muy lejano, tener que sacrificar algo también acorde con mis valores, mis talentos y, sobre todo, con mis ganas de hacerlo.

Por eso lo tengo tan claro. Si puedes y debes hacer algo, hazlo AHORA.

@ChristianG_7:
*«¿Tienes algo que
hacer? Hazlo*



AHORA. Es mejor momento que ayer e incluso mejor momento que mañana».

Ahora te toca a ti:

GROW

¿QUÉ ES EL «SÍNDROME DE LA OBRA INACABADA»?

Llamamos «síndrome de la obra inacabada» al que da lugar a una situación en la que no se alcanzan los objetivos de ciertas tareas debido a la

falta de motivación y a una mala gestión del tiempo. Aprende a distinguir lo importante de lo urgente. Si gestionas correctamente tu tiempo, tu productividad se puede duplicar de manera muy positiva.

PONTE A PRUEBA:

- Clasifica las tareas imprescindibles del día a día en importantes o urgentes. Establece prioridades y márcalas como objetivo principal (OP). Crea un hábito.

- Haz lo mismo en el trabajo. Establece esos o ese OP y divídelo de tal manera que sean obvios los objetivos secundarios (OS) y sus plazos de entrega o consecución. Esa tendencia te llevará a obtener un control sobre tu tiempo, una mejor gestión de tu trabajo, una mayor productividad y unos mejores resultados.

LA CITA:

«Prioriza lo importante y no lo urgente».

PARA SABER MÁS:

HEDWIG KELLNER (sobre
aprender a decir NO)

- *El arte de decir no*,
Obelisco, Barcelona, 2009.

STEPHEN R. COVEY (sobre
efectividad)

- *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva*, Paidós Ibérica, Barcelona, 2010.

JOHN WHITMORE (sobre el modelo GROW)

- *Coaching*, Paidós Ibérica, Barcelona, 2011.

DAVID ALLEN (sobre gestión del tiempo)

- *Haz que funcione*, Alienta, Barcelona, 2011.
- *Sé más eficaz*, Alienta, Barcelona, 2012.

8

INMORTALIZA Y LIDERA TUS ACTOS

#LaMonaLisa



Potencia el resultado de tus objetivos y encuentra el líder en ti

En el fondo, todos queremos ser inmortales. Que nadie se alarme, porque no vamos a tratar aquí temas como la religión o la filosofía. Sólo vamos a seguir hablando de marketing, de tu marca personal.

Apartemos por un tiempo el concepto clásico de inmortalidad: vida eterna, existencia infinita y demás. Y ahora fusionemos la palabra

INMORTALIDAD con la palabra LEGADO. De una u otra manera, todos queremos pasar a la historia, y quizá muchos de nosotros ni siquiera seamos conscientes de ello (en realidad, yo sí, para qué os voy a engañar). Pero vamos a ver algunos ejemplos de lo que implica ser inmortal de una manera (casi) inconsciente:

- Cuando haces una foto, con tu cámara o teléfono móvil, tanto si la imprimes como si la cuelgas en Instagram,quieres que esa foto INMORTALICE ese recuerdo, esa imagen, ese paisaje, ese lugar, esa

sonrisa, esa persona.

- Un «Me gusta» en Facebook es mucho más que un simple «pasaba por aquí y le pincho a mi amigo». Puede ser un «estoy de acuerdo contigo», un «tenemos los mismos gustos» o un «¡eres muy grande!». Y tú quieres que el receptor guarde ese mensaje para SIEMPRE.
- Un comentario en Twitter puede ser ETERNO. A pesar de ser la red social más veloz del mundo, el mensaje que escribas puede provocar inspiración, cariño, respeto y admiración, pero también ira (sobre todo cuando se comenta

algo sobre deporte o política). Y esos sentimientos pueden durar mucho mucho tiempo.

- Pero podría ir más allá. El LEGADO puede extenderse a una crítica de periódico, la letra de una canción (un disco entero incluso), un libro, un evento, un anuncio, un programa, una serie, una película... al fin y al cabo, un PRODUCTO.

Todo lo que he enumerado puede ser ese LEGADO que buscamos, el mensaje que podemos mandar a través de los tiempos. Y claro que puede ser un legado laboral, por eso vuelvo a incidir

en que estamos hablando de marketing (personal). Si lo aplicamos a nuestra vida social y privada, por ejemplo, el mero hecho de ser padres es para muchos el mejor legado que se puede tener.

«Tu propia resolución de triunfar es más importante que cualquier otra cosa.»

Abraham Lincoln

El mundo está en constante cambio. La crisis nos está cambiando y nuestro legado (laboral y social) está en peligro. En una época de constante modificación en todos los ámbitos, nuestra mentalidad

tiene que cambiar, evolucionar y saber adaptarse. Hay expresiones, y con ellas sus respectivas acciones, que han quedado obsoletas. Me refiero a muletillas como «pegar el pelotazo» o «forrarse».

El éxito depende de muchas cosas, pero, sobre todo, depende de tu perseverancia y tu sacrificio: de la oportunidad de ofrecer una marca personal competente y de calidad; de potenciarnos y potenciar lo que sabemos hacer, lo que vendemos de nosotros mismos. Si en tu trabajo, proyecto, presentación o venta de producto eres capaz de focalizar la pasión que puedes

transmitir a la hora de decir, por ejemplo, un «te quiero», irás un paso por delante SIEMPRE.

Autores especialistas en libros espirituales como Deepak Chopra o Robin Sharma utilizan muy a menudo la palabra *dharma* (sí, también aparecía en la serie «Perdidos», como «Iniciativa Dharma»), que no es más que «tu propósito en la vida». Bien, pues esto no es lo que tratamos de buscar en este libro; primero porque no me creo capacitado para ello y, segundo, porque entraríamos en el ámbito de las creencias personales de cada uno. Lo que sí está claro es que, a la hora de

hablar del mundo laboral, todos nos ponemos de acuerdo: queremos TRIUNFAR. En efecto, es una aspiración común querer hallar la realización personal a través de valores como la efectividad, la excelencia o el reconocimiento de terceros, y tanto en nuestras relaciones personales como en la empresa que nos paga la nómina a fin de mes.

Incluso Pablo Picasso insiste en lo imprescindible de la perseverancia en el esfuerzo y en el trabajo: «La inspiración existe, pero tiene que encontrarte trabajando».

Es una muy buena manera de hacer

coaching de motivación, ya que la inspiración no llama a la puerta mientras no hacemos nada. Es precisamente mientras trabajamos nuestra marca y mientras luchamos o defendemos nuestros objetivos cuando la inspiración aparece y nos da ese plus que nos falta para alcanzar la excelencia.

Otra de las palabras que se utilizan no sólo en los libros de espiritualidad, sino también en los de *coaching* es *karma*, esa especie de energía que nos devuelve lo que nosotros hemos entregado. En otras palabras: lo que sembramos es lo que cosechamos. Y esto tiene que ver con el hecho de

conseguir esa INMORTALIDAD de la que hablamos. Cada paso que damos y cada decisión que tomamos tienen sus consecuencias (positivas o negativas) y nos ayudan a adquirir conocimientos y experiencia para potenciar los resultados de los objetivos que perseguimos.

Hemos creado la MARCA PERSONAL (MP), y sabemos cómo venderla con nuestro MARKETING PERSONAL (MP2), y ahora no sólo queremos posicionar el producto, sino universalizarlo (que valga para todos y para todos los tiempos). Lógicamente, esto es una metáfora, algo utópico, pero

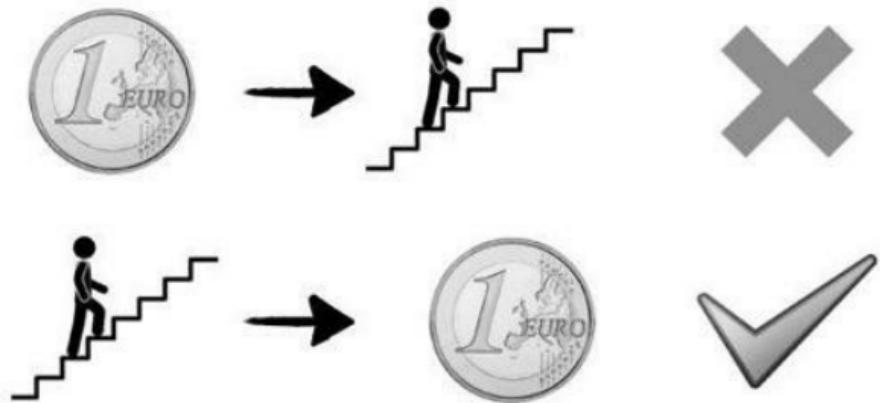
si no fuera una utopía todos pagaríamos una millonada por conseguir la fórmula secreta para tal efecto, pues recuperaríamos su valor elevado a la enésima potencia.

Para desarrollar el resultado de tus objetivos debes saber publicitar tu marca personal día a día, demostrar que eres la persona idónea para la tarea que te ha sido encomendada, que tu capacidad de adaptación y mejora no tiene fin y, sobre todo, que disfrutas como nadie haciendo lo que haces, que rebosas PASIÓN. Todo ello para un único fin: que te elijan a TI.

Debemos tener muy claro el

OBJETIVO para poder POTENCIARLO. Si nuestro único objetivo es ganar dinero hay muchas formas de alcanzarlo, pero quizás sepas tú más que yo cómo conseguirlo. Aquí hablamos de algo más, de trabajar con algo más. Como diría mi buen amigo Ortzi Acosta:^[65] «Trabajar con ALMA».

DEFINE TU OBJETIVO.



He aquí dos maneras de hacer las cosas, pero, para mí, una de ellas es errónea.

La **primera** tiene como objetivo la facturación, postergando la estabilidad laboral, el aprendizaje, el éxito y el

reconocimiento personal y laboral, que deja en un segundo plano. Incluso, a veces, puede que sea inalcanzable, pero si el objetivo SÓLO es el dinero, poco importará. Serás uno más. Método a corto plazo.

La **segunda** opción no tiene por qué ser mucho más complicada. Al final uno trabaja para ganar dinero para vivir y fomentar su proyecto de vida, incluido su ocio y «lo que sea». Pero es un camino distinto. Es el camino de «me gusta cómo soy, me gusta cómo me muestro ante los demás y, sobre todo, me gusta lo que hago». Método a largo plazo.

Pero, cuando hacemos las cosas paso a paso, teniendo en mente un objetivo muy claro, sabiendo cuáles son nuestras virtudes, cómo venderlas, cómo potenciarnos y, sobre todo, cómo seducir a nuestro posible proveedor de estabilidad económica, entonces el efecto es mucho más duradero y más satisfactorio. Nos dejará mucha más huella. Y, por supuesto, la percepción del OTRO mejorará mucho. Lógicamente, la opción marcada con un símbolo afirmativo no es que sea la mejor ni la más correcta. Pero es la que yo he seguido y la que recomendaría a cualquiera sin ninguna duda.

Immanuel Kant, uno de los pensadores más influyentes de la Europa moderna y de la filosofía mundial, resume esto de una manera mucho más contundente en su *Crítica de la razón práctica*: «Obra de tal manera que tus actos puedan ser tomados como normas universales de conducta».

No todos tenemos la fortuna de trabajar en un medio para el que firmaríamos sin dudar un contrato vitalicio, pero yo no nací trabajando donde me encuentro ahora. Donde tú me ves ahora, cada día. Ha sido un trayecto largo y duro, con muchos sacrificios y muchos tropiezos. Con momentos

álgidos y momentos bajos, no para olvidar, pero sí para aprender de ellos. Y ahora soy FELIZ. No escribo esto para decirte cómo evitar que pases todas esas cosas que suceden antes de llegar al objetivo deseado, sólo te digo, por mi experiencia, que todo eso pasará, sí o sí, mucho o poco, y que eso forma parte del camino. Forma parte de ti. Tú puedes aprovechar todo lo que sucede a tu alrededor para «inmortalizar» tu producto: TÚ MISMO.

Puede suceder que tu producto, tu resultado o la repercusión que tenga la fusión de ambos te conviertan en un referente en tu vida personal o laboral: a

eso se le llama LIDERAZGO. Sí, puede ocurrir que de repente te conviertan o te conviertas en un referente para los que te rodean (si ése es uno de tus objetivos), con todo lo positivo y negativo que ello conlleva. Pero si no te da miedo la responsabilidad y entre tus cualidades se encuentra la de ser RESOLUTIVO e INNOVADOR, entonces estás preparado para ser un buen LÍDER.

¿Por qué era un líder Steve Jobs? Porque sabía cómo era y lo que quería. Sabía lo que quería y cómo lo quería. Sabía cómo lo quería y lo que tú querías. Sabía lo que tú querías y cómo

lo querías. Lo tenía muy claro. Y, además, sacaba lo mejor de sus empleados diciéndoles que, si creían que algo era posible, terminaría siéndolo. Sabía cómo era y lo que quería, y sabía transmitirlo. Sabía motivar. Creía en el detalle, en el mimo, y cuidaba envidiablemente cada uno de sus productos. Y ya que ahora tienes un libro en tus manos, citaré a Jobs:

La gente sí que juzga un libro por su cubierta [...]. Si ofrecemos una presentación chapucera, la gente pensará que es una chapuza; si lo

presentamos de forma creativa y profesional, le estaremos atribuyendo las cualidades deseadas. [...] Su obsesión es la pasión por el producto, la pasión por la perfección del producto.

En su biografía no se exalta precisamente la inteligencia de Jobs. No era un superdotado en ese sentido, pero sí era un gran CREATIVO. Creativo en su forma de pensar.

«La innovación es lo que distingue al líder de sus seguidores.»

Steve Jobs

Pero, ojo, cuando asimilemos referencias de ídolos de cualquier ámbito tengamos en cuenta que todos, incluido yo, incluido tú, todos tenemos defectos. Siempre. La cuestión estriba en cómo ocultarlos o cómo hacer que no oscurezcan nuestras virtudes.

Steve Jobs era un gran líder, pero calificaba a su equipo de una manera demasiado radical. Eran «iluminados» o «gilipollas», y sus trabajos, «brillantes» o una «mierda absoluta».

En fin, cada cual que saque su conclusión.



Think different. [66]

Hay dos maneras de convertirse en LÍDER: que lo busques tú o que te encuentren los demás. Sólo hay dos maneras de liderar: bien o mal. No hay más misterios. Pero para cualquiera de las dos opciones tenemos que tener muy claro lo siguiente:

«Para liderar eficazmente, ante todo hay que comprenderse a uno mismo.»

Michael J. Langdon

Si te das cuenta, volvemos al origen de todo. Recuerda lo que decía en el capítulo 1 sobre la búsqueda de la marca personal, sobre cómo identificar todo lo bueno y malo que tenemos, sobre aprender a potenciar unas cosas y ocultar otras y a venderte como producto. Pero para ello hace falta que lo comprendas. Hace falta que TE comprendas.

Michel J. Langdon ha sido director de tecnología y desarrollo en el sector

de la alta tecnología y ha conseguido una excelente reputación con su estilo de dirección.

Líderar es IMPLICAR e INSPIRAR.

Al final se trata de entenderse uno mismo para dirigir mejor, para liderar mejor.^[67] Cada uno tiene siempre que valorar su situación personal para ver qué puede vender en ese momento (cómo puede venderse) y qué clase de líder puede ser (o puede llegar a ser). Al final se trata de aprender el arte de

influir sobre la gente para que trabaje con motivación, no de ejercer un poder (por ejemplo, un puesto de dirección) para forzar a otros a que hagan lo que tú quieras. Esto hay que tenerlo muy claro:

- Tu marca personal te aporta competitividad.
- La competitividad te aporta creatividad.
- La creatividad se convierte en innovación.
- La innovación te convierte en líder.
- Como líder, debes gestionar e implicar al equipo y ser una fuente de inspiración.

- Como gestor e inspirador, debes encontrar el potencial o el TALENTO de tu equipo.

El político estadounidense (nacido en Alemania) Henry Kissinger, considerado uno de los más prestigiosos analistas en política exterior del mundo y premio Nobel de la Paz, lo resume de esta manera: «La tarea de un líder es llevar a su gente desde donde está hasta donde no haya llegado jamás».

El legado inconsciente y la competitividad

Leonardo tenía varios dilemas; y también muchas inquietudes: quería saber de todo. Era la personificación del espíritu renacentista. Todos y cada uno de los artistas de la historia buscaban la inmortalidad a través de sus obras, su legado en el tiempo. Pensemos en la Capilla Sixtina, de Miguel Ángel; la basílica de San Pedro, de Bramante; el cuadro *El tres de mayo de 1808*, de Goya, o el *Guernica*, de Picasso. Da igual el motivo que componga una obra

(religioso, histórico, político, etc.), lo que importa es que se trate de una manera de contar las cosas, y de que esos relatos duren para siempre.

En el caso de Leonardo da Vinci, como ya sabemos, no publicó en vida ni su célebre *Tratado de la pintura* ni ninguno de sus códices de divulgación científica. De hecho, aún hay dudas sobre la finalidad de éstos. ¿Se convertirían en obras públicas? ¿Serían sólo para la inmensa minoría? ¿O los guardaría para siempre, como hizo con *La Gioconda*?

La ejecución del retrato más famoso de la historia, la esposa de Francesco

del Giocondo, de nombre Lisa Gherardini, se remonta al período comprendido entre 1503 hasta la fecha de la muerte de Leonardo, el 2 de mayo 1519. La obra viajó con el autor a través de Francia hasta ese momento, pero, según las palabras del propio Vasari (ver el capítulo 1), nunca llegó a estar finalizada del todo (prueba de ello es que nunca llegó a su, a priori, dueño, el Giocondo).



Ríos de tinta se han escrito sobre esta pintura, la obra de arte por

excelencia, y poco más puedo aportar yo que no sea desde la pasión y admiración que siento por el artista. Incluso es una fuente de eterna inspiración, no ya para los historiadores y amantes del arte, sino para todos aquellos que viven por y para las tan extendidas teorías de las conspiraciones.

La mujer retratada en *La Gioconda*, según las teorías opuestas a la versión oficial, podría ser:

- El propio Leonardo, como sugieren algunos estudios y vídeos que se puede encontrar en Youtube (uniendo «Leonardo» y

«Gioconda»), en los cuales el paralelismo entre *La Mona Lisa* y el *Autorretrato* de Leonardo son superpuestos dando lugar a un efecto, cuanto menos, interesante.

- La madre de Leonardo, a quien tenía mucho apego, sobre todo por su condición de hijo ilegítimo (su padre estuvo ausente durante los primeros cinco años de su vida).

Pero, sea como fuere, analicemos lo que rodea a la obra de arte como ejemplo que nos pueda servir para lo que andamos buscando: POTENCIAR el resultado de nuestros ACTOS, nuestros

OBJETIVOS.

Y, precisamente, *La Mona Lisa* es un claro ejemplo de cómo una conducta, un acto o una marca personal pueden trascender, pueden convertirse en algo muy grande, aun inconscientemente. Leonardo NUNCA llegó a entregar el encargo de la pintura. ¿Por qué?

Lancemos algunas hipótesis:

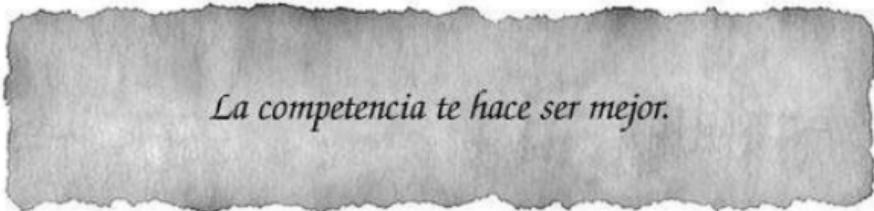
- ¿Por su extremado perfeccionismo?
- ¿Porque no estaba contento de su trabajo?
- ¿Porque se había enamorado de su propio trabajo?

Cualquiera de estas tres

posibilidades (podríamos contemplar muchas más) nos puede hacer aprender mucho.

Imaginemos por un momento que tú tiendes a ser una persona perfeccionista. No es nada malo siempre que no se convierta en una obsesión ciega. En cualquiera de sus obras o en los bosquejos de sus códices, Leonardo se pasaba horas estudiando y analizando cualquier detalle, gesto o acción que pudiera ser plasmado «para siempre». Y no lo hacía sólo con el fin de contentar al cliente que encargaba la obra, sino también por él mismo y por el mero hecho de transmitir un mensaje a la

competencia. Porque, no lo olvidemos nunca, vivimos en un mundo de competencia, en el siglo XV y en el XXI.



La competencia te hace ser mejor.

Al final, el hecho de crear tu propia marca personal, de saber gestionarla y saber cómo persuadir y cómo VENDER tiene que ver con eso, con competir en un mercado de escasas o limitadas opciones. Y eso Leonardo, como el resto de los artistas, lo tenía muy presente.

Ahora pongámonos en la piel del artista e imaginemos que no se trataba de perfeccionismo obsesivo, sino que simplemente no estaba contento con el resultado de su trabajo y no quería exponerlo en público para no mermar su prestigio. Esto es una hipótesis, claro, pero piensa en que a ti podría pasarte lo mismo. En algún momento, tú podrías sentir que el diseño, la campaña, el libro o la obra que has creado no te resulta lo suficientemente bueno como para defenderlo en una exposición en el próximo comité o, simplemente, ante un público.

Ahí entra en juego la subjetividad de

cada uno, y eso, a veces, nos puede jugar una mala pasada. Podemos aceptar críticas constructivas (que no hay que confundir con la envidia y la crítica destructiva) y consejos que nos ayuden a mejorar lo que hemos desarrollado, o bien a cambiar el rumbo 180.^o, pero nadie puede poner en duda el tiempo y el esfuerzo invertido en lo que has realizado.

*Tengamos siempre en cuenta que la ENVIDIA
y la CRÍTICA DESTRUCTIVA pueden estar presentes en
nuestro entorno.*

¿Y si, por un momento, Leonardo se

hubiera enamorado de su obra, de su trabajo? ¿Y si, la persona retratada era para él mucho más importante de lo que pensamos actualmente? ¿Lo era tanto que le fue imposible desprenderse de su retrato? Seguramente, ni él mismo se atrevió a pensar que se convertiría en el cuadro más importante de la historia, una obra que visitan alrededor de ocho millones de personas cada año en el Louvre. Así que volveríamos a la hipótesis de su extremo perfeccionismo y su más que posible obsesión. Debemos tener en cuenta que la perfección no existe, y que hagamos lo que hagamos, al final, una obra o un trabajo siempre

podría mejorarse. Tenemos que saber diferenciar cuándo estamos satisfechos y cuándo estamos obsesionados.

Día a día compites contra ti mismo.

Día a día siempre ganas TÚ.

Volvamos a *La Gioconda*. En esta obra tenemos un claro ejemplo de que nuestros actos, el resultado de nuestro esfuerzo, podrían tener mucha más repercusión de la que a priori esperamos. A eso lo llamo LEGADO INCONSCIENTE.

Para resumir, uno de los genios más

importantes de la historia de la humanidad nos aportó dos tipos de legados:

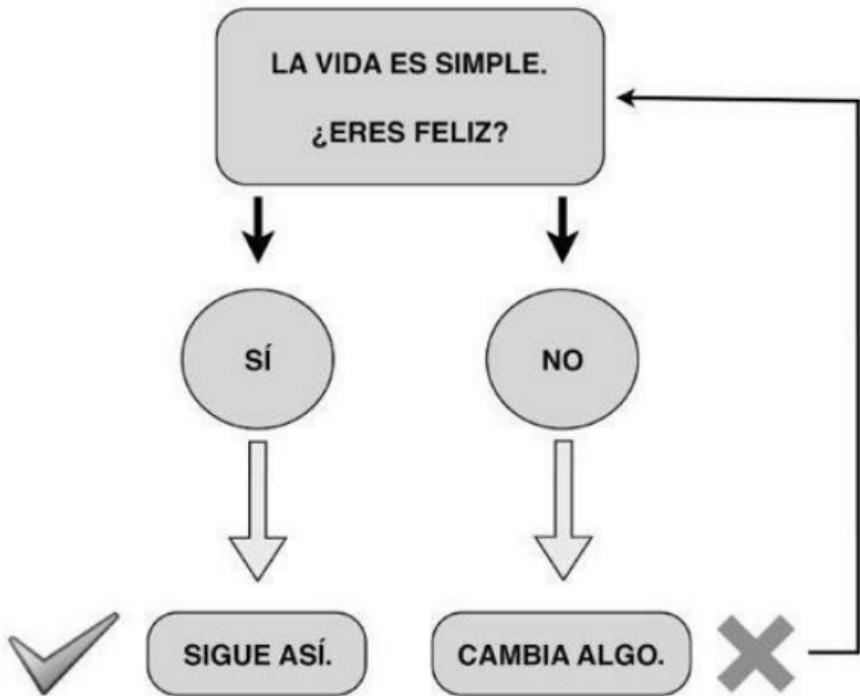
- El legado CONSCIENTE: todas aquellas obras que compitieron en calidad con las de sus contemporáneos, como, por ejemplo, *Il cenacolo (La última cena)*.
- El legado INCONSCIENTE: todas aquellas obras que compitieron contra él mismo, como, por ejemplo, *La Gioconda* o todos sus estudios relacionados con el vuelo.

Liderazgo en la vida personal

Normalmente, en cualquier coloquio con amigos o con colegas del trabajo, uno se da cuenta de que, al menos una vez, cada uno de nosotros se puede sentir como si fuera un seleccionador de fútbol, un médico o un presidente del Gobierno, en definitiva, un líder. A veces, uno descubre que algo tan sencillo como un simple esquema básico te puede cambiar, ya no la vida, pero sí la forma de ver las cosas y tomar decisiones.

Yo encontré este esquema, de autor

desconocido, en internet por casualidad y lo colgué en Twitter. Y la verdad es que, a veces, con algo tan simple como esto puedes generar una repercusión que no esperabas.



Volvamos a recuperar el lema del «legado inconsciente». Este tuit tuvo mucha más repercusión, por ejemplo, que aquel que me definía y que vimos en capítulos anteriores. Una repercusión social de 615 retuits (96 de ellos con marcas de «favorito») en la cuenta de @Tienes_Talento. Por entonces, la cuenta tenía sólo 1290 *followers*, lo que suponía un 47,6 por ciento de repercusión, un porcentaje brutal para una cuenta tan joven.^[68] Ese simple esquema era algo que no había creado yo, algo tan básico y sencillo que, quizá por eso, nadie se había parado a pensarlo o plasmarlo previamente (ni yo

tampoco). Pero era algo que, en algunos casos, te podía empujar al cambio, a la toma de una decisión difícil o compleja. Sin embargo, si todos tuviéramos el poder de la simplificación o de la obviedad, todos seríamos líderes y nadie serviría para nada más, ni siquiera para mejorarnos unos a otros.

Como de la experiencia ajena también se puede aprender, permitidme que os cuente en este mi espacio mi experiencia sobre el legado y el liderazgo en la vida profesional y personal.

Hace un tiempo monté una productora llamada 47 Ronin S. L.

(@47Ronin_sl, www.47ronin.es) para descubrir jóvenes talentos en el mundo audiovisual. Junté a un grupo de gente que ya conocía de otros trabajos y un par de amigos de confianza ciega. Surgieron muy buenos productos de aquella iniciativa, por ejemplo, los cortometrajes multipremiados *Jugando con la muerte* y *Los monstruos no existen*, ambos dirigidos por Paul Urkijo, joven cineasta vasco especializado en ciencia ficción, infografía e ilustración, y autor de las ilustraciones de este libro. Pronto empezamos a trabajar para agencias de publicidad y gestionando contenidos

audiovisuales de equipos deportivos.



Llegó un momento en el que, debido a mi abarrotado calendario de grabaciones, compromisos con las ONG a las que represento y la redacción del libro que tienes entre tus manos, mi presencia física en la oficina era sólo testimonial. Al poco tiempo, la calidad del producto final de los encargos empezó a ser inferior a la exigida, y los tiempos de entrega se demoraban cada vez más. Ni siquiera la figura del

director general solucionaba ciertos problemas con algún proveedor de servicios. Yo temía que la confianza de los contratistas mermara por no ofrecer el ciento por ciento de lo que podíamos dar.

Un día me planté en mi oficina, me junté con mi equipo y expuse mis preocupaciones. La respuesta fue inmediata y unánime. Cuanto menos tiempo pasaba yo físicamente en la oficina, menos motivado e inspirado estaba mi equipo. Me tenían como un líder, y no eran capaces de comprender el porqué de mis ausencias. Me querían allí presente para encontrar inspiración

y motivación. Lo comprendí al momento, pero aquello no servía como justificación. Se podrían hallar mil razones para motivar a un equipo (un sueldo a fin de mes, trabajar para una productora emergente, crear productos de calidad, crear un legado audiovisual), pero no, casi nadie las veía. Muchos de ellos no sabían cómo defender los valores que yo quería transmitir a través de mi empresa, a través de mi nombre, a través de mi MARCA PERSONAL. Es como si yo esperara cada día a que mi editor^[69] pasara por mi casa para inspirarme y ponerme a escribir.

La mayor obligación que tienes es contigo mismo.

Desgraciadamente, y debido a los daños colaterales que generó la ineficacia de mi equipo, tuve que hacer una reestructuración de la plantilla y quedarme sólo con aquellos que veían la oportunidad de hacer historia, de dejar un LEGADO. Puede que me sigan viendo como a un líder o no, pero son lo suficientemente autónomos y profesionales como para saber en qué dirección ir y cómo cumplir, no ya con su trabajo, sino con ellos mismos, con su

propia responsabilidad. Quizá me habría servido de algo descubrir antes el libro sobre cómo montar tu empresa escrito por Alejandro Suárez,^[70] una guía fundamental como herramienta para sentar las bases de una futura empresa.

Pero esto también me sucede en mi vida personal.

Gracias, sobre todo, a una muy buena educación fruto del sacrificio de mis padres, mantengo a mis amigos de toda la vida. Bien es cierto que se han ido sumando más personas; gente del deporte, de la televisión o de la música pertenecen a lo que llamo «mi gente de confianza». Pero mi grupo principal,

esos amigos y amigas a los que veo casi cada día y todos los fines de semana, éhos son de hace mucho mucho tiempo.

Tengo la sensación de que me ven como un líder (espero que no se confunda este ejercicio de sinceridad con ningún ánimo de satisfacer mi ego). Si hay un viaje, una quedada, un cumpleaños, una reunión..., siempre siento que tengo la responsabilidad de tomar las riendas. También puede que se trate de una percepción sólo mía, que ellos no me tengan como tal y que sea yo exclusivamente el que asume ese rol de forma inconsciente.



¿YO?
¿TÚ?

Realmente, lo que quiero expresar es que por cualquier motivo puedes llegar a convertirte en un LÍDER, ya sea por tu carisma, por tu profesión, porque la sinceridad sea una de tus mayores virtudes o, simplemente, porque seas paciente a la hora de escuchar los problemas de los demás y sepas dar buenos consejos. Y ahora no me refiero a ser creativo, competitivo y persuadir

con tu marca personal. Me refiero a TI y a tu entorno. Lo que te rodea cuando dejas tu marca personal en el perchero y te pones cómodo, con las zapatillas de estar por casa. Y no depende de si quieres o no quieres adquirir esa responsabilidad. Basta con que quieran los demás. Y si no, fíjate en Jack, el protagonista de la serie estadunidense «Perdidos».

*Si los demás te convierten en líder,
sé el líder que quieras ser, no el líder
que los otros esperan que seas.*

La inmortalidad en un tuit

El tuit de Leonardo

Leonardo tenía muy claro los conceptos de «mortalidad material» e «inmortalidad inmaterial». De hecho, en las disecciones de cadáveres que practicó para sus estudios de anatomía, quiso localizar en qué parte del cuerpo humano podría residir el alma.

Independientemente de las creencias de cada uno, la inmortalidad inmaterial de la huella que dejamos (es decir, el

LEGADO) está muy presente en la obra de Da Vinci. Basta decir que este tuit es el más claro ejemplo de su concepto de inmortalidad:



*@Tienes_Talento:
«La belleza perece en
la vida, pero es
inmortal en el arte».*

Pero no es sólo en esa cita del maestro italiano donde se revela su concepto de «inmortalidad», sino que en toda su obra se trasluce su conciencia de que en el algún momento, de una u otra forma, y de manera póstuma, su trabajo

serviría para iluminar muchas mentes. Tenía conciencia de que su LEGADO se transmitiría de generación en generación, aunque, a veces, como ha ocurrido con algunos de sus escritos, nos llegara tarde, lo cual no merma en nada la genialidad del artista.

El tuit de Christian

En mi caso, y hablando metafóricamente de inmortalidad, mi legado podría dividirse en tres categorías:

- Legado personal, físico, que pasará

a través de generaciones.

- Legado biblio-cultural, ya que éste es mi tercer (y mejor, creo) libro hasta la fecha.
- Legado televisivo-cultural, porque mi trabajo traspasa la pantalla de la televisión hasta los hogares y casi siempre queda registrado en internet.

Ahora, el tuit que le dedicaría tanto a este capítulo como al libro entero, mi legado tuitero, por llamarlo de alguna manera, sería éste:

@ChristianG_7:



«Piensa hoy, crea para SIEMPRE».

A veces, por mucho que lo intentes, la capacidad de pasar a la historia no sólo dependerá de ti, sino de la gente que te vea, te lea, te siga o te compre. Y entonces, en ese momento, comprenderás en su totalidad el significado de la palabra AGRADECER.

Ahora, te toca plasmar lo que te gustaría inmortalizar a TI.



140

Twittear

*¿Tienes un sueño?
Hazlo INMORTAL.*

¿QUÉ ES EL «LEGADO»?

Existen muchos tipos de legados, desde el genético (ADN) hasta el material (derivado de un testamento, por ejemplo). El sentido de «legado» que aquí queremos realzar es su carácter de huella, esa huella que deja tu marca

personal en el tiempo y en las personas. Y no se trata de su magnitud o su productividad, sino de la calidad de lo que generamos como legado. Así, este legado puede ser consciente o inconsciente.

PONTE A PRUEBA:

- Visualiza cómo te verás en los próximos años, personal y laboralmente (con o sin *dharma*).
- Define tu objetivo. Define tu meta, define el camino que quieras tomar..., cualquiera te vale. Si al final del camino (o en mitad del

mismo) ves que algo falla, vuelve a escoger otro camino, esta vez basándote en la experiencia.

- Derrocha pasión y sonríe en cada acto. No por cumplir, sino por disfrutar. Si no disfrutas ni sonrías, algo falla. CÁMBIALO.

LA CITA:

«Atrévete a ser el LÍDER que quieres ser».

PARA SABER MÁS:

JUAN CARLOS CUBEIRO
Y LEONOR GALLARDO (sobre
liderazgo)

- *Liderazgo*
Guardiola, Alienta,
Barcelona, 2010.

ROBIN SHARMA (sobre
liderazgo)

- *El líder que no
tenía cargo,*
Grijalbo,
Barcelona, 2010.

STEPHEN R. COVEY
(sobre dejar un legado)

- *Primero, lo primero: vivir, amar, aprender, dejar un legado,* Paidós Ibérica, Barcelona, 2009.

MICHAEL J. LANGDON
(sobre liderazgo)

- *Cómo ser el mejor líder,* Gestión 2000, Barcelona, 2003.

SETH GODIN (sobre
liderazgo)

- *Tribus: necesitamos que tú nos lideres,*
Gestión 2000,
Barcelona, 2009.

ρ

TALENTO Y MOTIVACIÓN

#TúSíVales



Busca la mejor manera de motivarte

Empecemos, ahora que nos acercamos al final, por el origen de la palabra MOTIVACIÓN. Nos llega del latín *motivus*, que significa «causa de movimiento».

Referido a las personas, el término alude a un estado interno que activa, dirige y mantiene la conducta. En otras palabras, motivación es todo aquello que hace que tomemos el impulso necesario para conseguir un objetivo (motivo de atracción) o, en algunos

casos, para dejar de hacerlo (motivo de rechazo).

Lógicamente, en muchos casos, la motivación va ligada a la voluntad (quiero) y al interés (cómo y por qué lo quiero), aunque algunas personas, sin embargo, se dejan llevar por la curiosidad. Por lo tanto, no es de extrañar que la MOTIVACIÓN como tal sea un tema de estudio de la psicología.

La motivación puede referirse a un individuo (la que vamos a tratar aquí) o a una colectividad (un grupo que trabaja o se mueve en una misma dirección y con un mismo objetivo). También podemos hablar de motivación

intrínseca (ligada a valores internos, como, por ejemplo, tus propios valores) o extrínseca (un estímulo o una recompensa externos, como, por ejemplo, un premio).

A partir de aquí se podrían escribir cientos de páginas sobre la teoría de la motivación, pero no es nuestro fin. Lo que sí que voy a hacer es esbozarte algunos modelos de motivación para que veas que ha sido objeto de estudio y, por lo tanto, parte muy importante del desarrollo humano.

Vamos a comenzar con el profesor de psicología Steven Reiss, de la Universidad de Ohio. A través de un

estudio con más de 6000 personas, Reiss formuló la teoría de los 16 deseos básicos que guían toda la conducta humana y, por consiguiente, sus motivaciones (tabla 1).

Otro de los modelos más importantes sobre la motivación es el modelo piramidal, o pirámide de Maslow, de Abraham Maslow, psicólogo estadounidense, fundador y principal exponente de la psicología humanista, que plasma la jerarquía de necesidades humanas (tabla 2).

También cabe destacar el modelo de motivación de Reeve, de 1994, que potencia la subjetividad y la

individualidad (tabla 3).

Y para terminar, también me referiré al modelo de las expectativas (y motivación laboral) del doctor Victor H. Vroom, profesor de la Yale School of Management (tabla 4).

$$FUERZA = VALOR \times EXPECTATIVA$$

TABLA 1.
TEORÍA DE REISS:

| DESEO | NECESIDAD |
|---------------------|--|
| ACEPTACIÓN | Sentirse aprobado |
| CURIOSIDAD | Aprender |
| COMER | Alimentarse |
| FAMILIA | Tener hijos |
| HONOR | Ser leal a los valores tradicionales del grupo |
| IDEALISMO | Buscar la justicia social |
| INDEPENDENCIA | Asegurar la individualidad |
| ORDEN | Tener un ambiente organizado y estable |
| SALUD FÍSICA | Hacer ejercicio |
| PODER | Influir |
| ROMANCE | Practicar el sexo |
| SEGURIDAD ECONÓMICA | Ahorrar |
| CONTACTO SOCIAL | Tener amigos |
| POSICIÓN SOCIAL | Destacar socialmente |
| TRANQUILIDAD | Sentirse seguro |
| VENGANZA | Obtener un desquite |

TABLA 2.
PIRÁMIDE DE MASLOW:

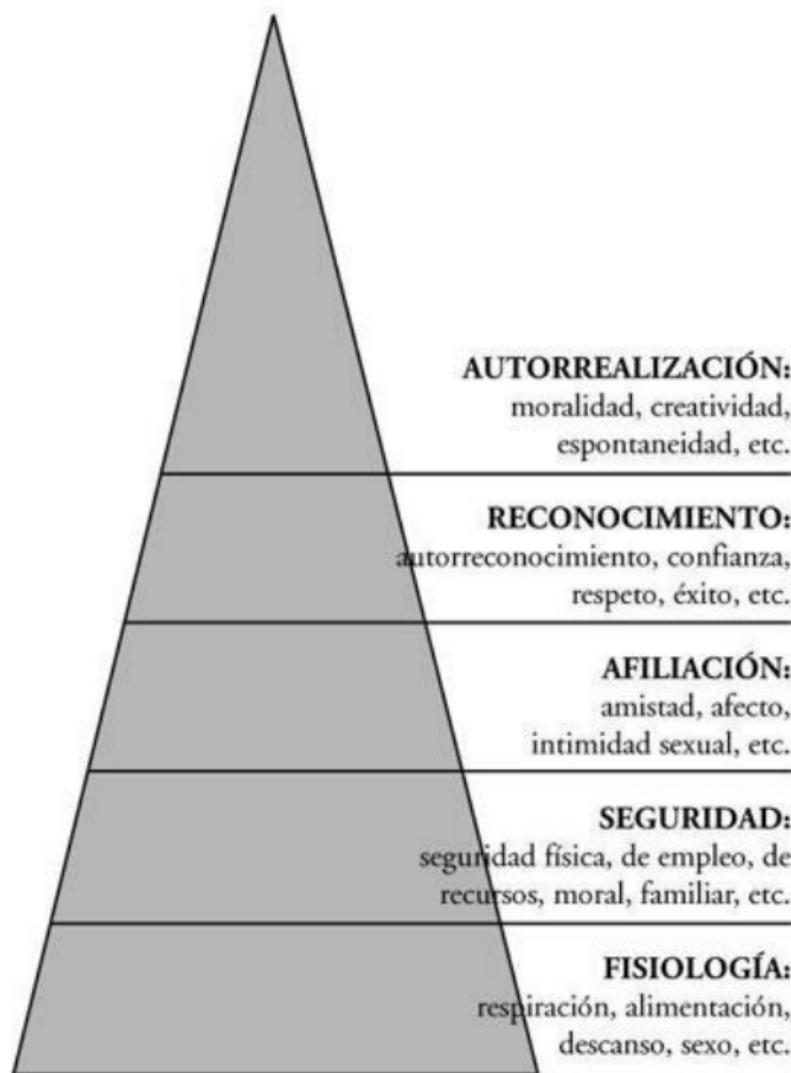


TABLA 3.
MODELO DE MOTIVACIÓN SEGÚN REEVE:

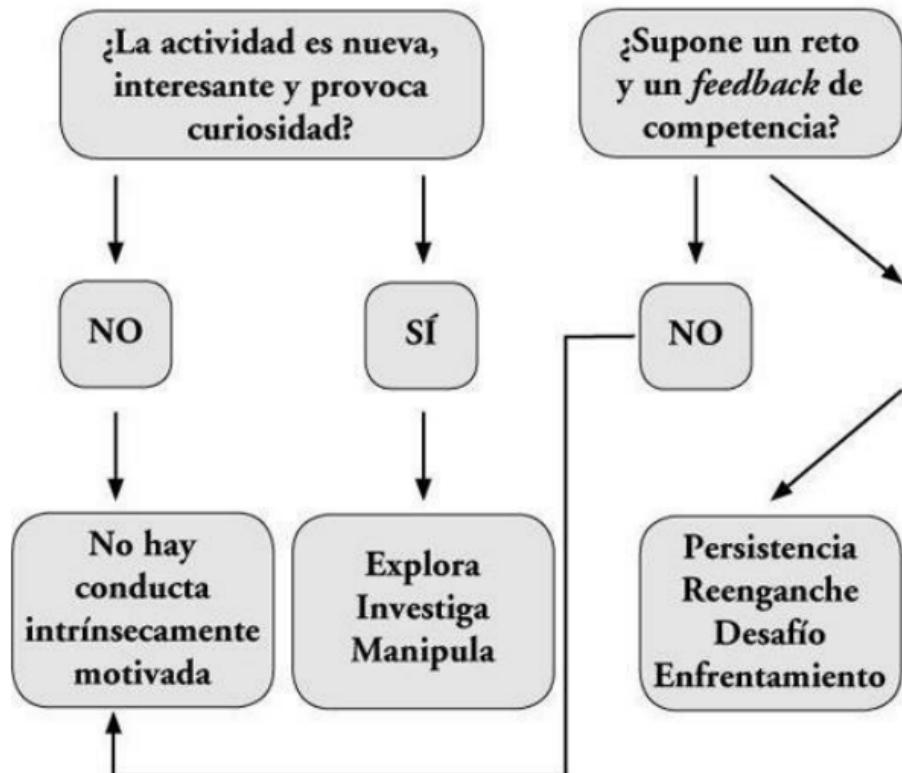


TABLA 4.
MODELO DE LAS EXPECTATIVAS DE VROOM:



Quizá, las diez teorías más importantes sobre la motivación sean éstas:

- Teoría de la jerarquía de necesidades humanas de Maslow.
- Teoría del factor dual de Herzberg.
- Teoría de los tres factores de

MacClelland.

- Teoría X y teoría Y de McGregor.
- Teoría de las expectativas de Vroom.
- Teoría ERC (Existencia, Relación y Crecimiento) de Alderfer.
- Teoría de la fijación de metas de Edwin Locke.
- Teoría de la equidad de Stancey Adams.
- Teoría de motivación intrínseca, según Reeve.
- Teoría de los 16 deseos básicos de Reiss.

Lógicamente, no vamos a tratarlas

todas, hemos visto un bosquejo de algunas de las más importantes y curiosas. Esto nos servirá de ejemplo para entender que aquello que puede llegar a motivarnos ha sido objeto de estudio y discusión por parte de grandes psicólogos y expertos en motivación.

Por lo que se refiere al TALENTO, baste saber que una empresa demanda motivación precisamente porque necesita atraer talento, necesita que esa motivación vincule al trabajador con la propia empresa. Esa motivación repercutirá positivamente en la productividad del empleado, que, a su vez, se sentirá motivado para innovar.

De esa manera, el trabajador puede obtener su propia satisfacción y, por qué no decirlo, quizá una recompensa.

La motivación de un genio

¿Qué llevaba al genio florentino a motivarse? Por lo que sabemos a través de sus códices, las motivaciones de Leonardo da Vinci eran la curiosidad, el deseo de conocer, de cuestionar y, a la vez, de dar respuestas. El deseo de dar una explicación científica y satisfactoria a todo lo que le rodeaba dominó su vida. Él explicaba que todo conocimiento debía comenzar por los sentimientos. Y QUERER es un sentimiento, y no precisamente en el sentido de «amar».

(que también), sino en el de «desear hacer algo» a pesar del sacrificio que pueda requerir.

Leonardo deseaba hacer mucho, y la perseverancia era una de sus constantes.

«Si un hombre es perseverante, aunque sea duro de entendimiento, se hará inteligente; y aunque sea débil se transformará en fuerte.»

Leonardo da Vinci

Como ya hemos comentado en alguna ocasión, a pesar de que Leonardo no llegó a publicar nada en vida, todos sus estudios anatómicos, todos sus inventos (cuyos bocetos se han utilizado

a posteriori) e incluso sus obras de arte tenían un propósito. Llegar a la gente y aportar mejoras.

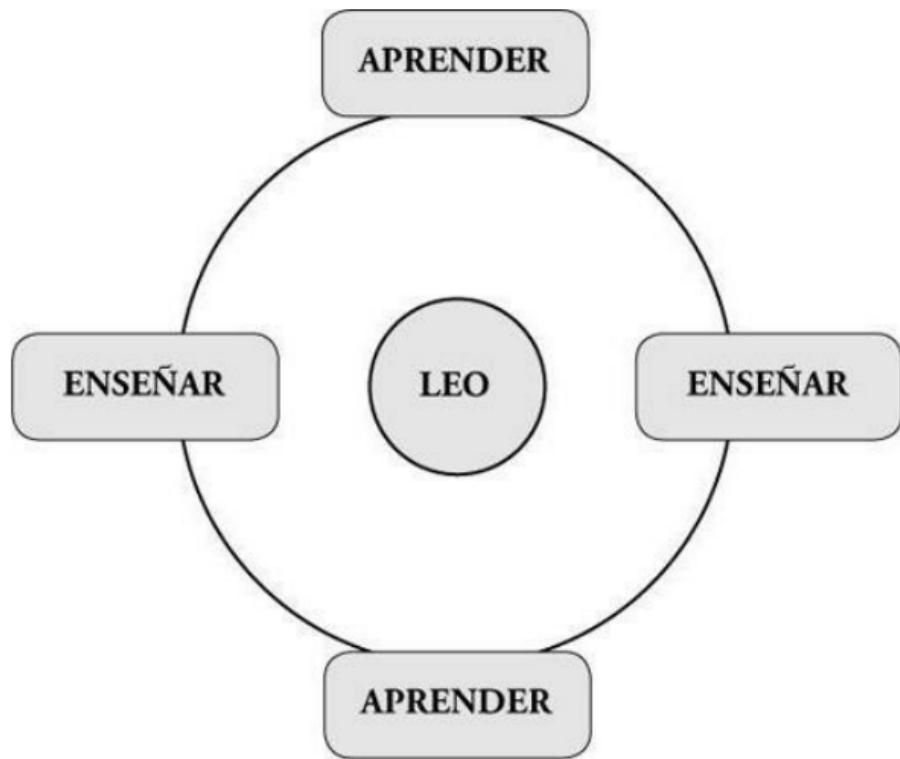
En definitiva, Leonardo da Vinci era perseverante y ambicioso, rasgos que a cualquiera le pueden hacer llegar más lejos, pero que también le pueden jugar malas pasadas. La moderación es la clave. Siempre.

Leonardo, al no tener los medios suficientes para su formación durante su infancia, no hizo sino formarse él mismo a medida que crecía. Sus ideas, muy avanzadas para su época, eran fruto de la curiosidad. Su obsesión por cuestionar todo lo que le rodeaba, por

buscar un origen y, al mismo tiempo, dar respuesta a las dudas que le iban surgiendo, era un rasgo que estaba por encima de su carisma como artista.

Éste era el *leitmotiv* de Leonardo: «La constancia no está en empezar, sino en preservar».

A cualquier persona lo suficientemente motivada como para realizar su labor, sea cual sea, le serviría esta norma que Leonardo da Vinci siguió durante toda su vida, fruto de la pasión, de la curiosidad y de la perseverancia, como hemos apuntado. Este talante podría plasmarse en el siguiente esquema:



Cuanto más aprendía, más capaz era Leonardo de mejorar y enseñar, generando así un círculo de experiencia vital que nunca tuvo fin mientras vivió. Este círculo sin fin lo puedes aplicar

también a tu vida. Basta con que seas lo suficientemente curioso como para querer aprender más (esto es algo que ya vimos en el capítulo 3). Incluso durante las horas del sueño, Leonardo no perdía motivación alguna. Él mismo señala lo siguiente:

He encontrado en mi propia experiencia que no es pequeño el beneficio de imaginar y recrear en la mente, una vez que estoy acostado, todo aquello que quiero crear. Es ciertamente algo muy valioso para que la mente se

ponga a trabajar en esa dirección.

Leonardo da Vinci no se consideraba tanto pintor (a no ser para probar una nueva técnica) como maestro y alumno a la vez (de todo). Tenemos, así, la sabiduría del maestro y la ignorancia y el deseo de saber del alumno fusionados en una sola persona. Pura automotivación para hacer lo que él quería hacer: CONOCER.

*«¡Oh, miseria humana, a cuántas cosas
te sometes por dinero!»*

Leonardo da Vinci

La personalidad del célebre autor de *La Gioconda* podría estar catalogada en un grupo imaginario denominado «creativos».^[71] Su motivación suponía explorar todo cuanto le rodeaba a fin de descubrir el cómo y el porqué de las cosas para poder apreciarlas en su totalidad. Eso conlleva un alto grado de autorrealización, así como de desarrollo personal a través del estímulo profesional e intelectual.

Quizá el gran logro de Leonardo da Vinci fuera no haber caído en la RUTINA de lo conocido. En este sentido, su ejemplo nos puede venir muy bien para evitar el estancamiento.

Para acabar, y para vincular la figura del maestro con la teoría de la motivación, cabe decir que Leonardo da Vinci sólo creía en la **motivación intrínseca** (la fundamentada en sus propios valores), y también que rechazaba cualquier tipo de motivación extrínseca (por ejemplo, las recompensas) que no fuera el propio aprendizaje y la propia experiencia.

Aquí deja Leonardo un mensaje para todos aquellos que se muevan por el ímpetu de la motivación a base de premios o recompensas:

*«Oh miseria humana,
a cuantas cosas te sometes por dinero.»*

Leonardo da Vinci

Tú sí que vales

Siempre que tengo que salir a un escenario, ya sea para la presentación de un evento, una gala o un programa de televisión, intento motivarme. Parecerá mentira, pero, a estas alturas, aún me pongo nervioso cuando tengo la oportunidad de conducir lo que va a suceder durante dos o tres horas. Es fruto de la responsabilidad. Me importa lo que hago, y mucho. Da igual que sean 2000 personas en un evento, tres millones de telespectadores o dos personas en una reunión en la que me

juego siempre algo más que el prestigio.

Pero trabajar con responsabilidad no quiere decir que uno no disfrute de lo que hace. Yo siempre intento disfrutar a tope de todo lo que hago. Ni la responsabilidad ni los nervios me impiden sacar la parte más ociosa de mí.

Año tras año, y, sobre todo, gracias a la siempre positiva influencia que ejerce mi pareja en mí, he ido aprendiendo que los nervios son normales. No lo descubrí yo solo. Mi mujer me lo enseñó. Y acertó de pleno.

Acepta los nervios como una parte de la responsabilidad.

Hay que saber diferenciar qué tipo de nervios podemos tener. Para mí, y según mi experiencia y lo que me han enseñado los años y las personas de las que me rodeo, los nervios siempre son los mismos. Eso sí, lo único que cambia es qué provoca esos nervios:

- La falta de preparación.
- Lo mucho que te importa lo que vas a hacer.

Esto se puede visualizar de manera

muy simple en el siguiente ejemplo.

Pongamos por caso que tienes un examen. Da igual el momento o la materia, un examen siempre es un examen. O bien piensa que tienes una entrevista de trabajo o un *casting*. Estarías en dos posibles situaciones:

- Si no te lo has preparado lo suficiente, estarás nervioso, siempre y cuando seas sincero contigo mismo.
- Asimismo, si te lo has preparado mucho y estás seguro de ti mismo, también estarás nervioso, porque deseas visualizar el desenlace y te

importa mucho estar a la altura y el beneficio colateral que puedes obtener con un buen resultado.

Si sabes diferenciar qué tipo de miedo tienes en cada momento, sabrás cómo afrontarlo.

Hay veces en las que, por la distancia, no puedes recurrir a tu pareja o a tu mejor amigo/a en busca del apoyo y los ánimos necesarios para plantarte ante quien sea con las pilas cargadas hasta arriba. En esas circunstancias, yo siempre busco una manera intangible de obtener ese plus de motivación para salir a comerme el mundo allá por

donde vaya.

Y digo el «plus de motivación» porque la confianza en mí mismo ya la tengo. Sé que tengo que demostrar día a día que soy el mejor haciendo lo que hago y donde lo hago. Pero siempre siempre mi mayor enemigo soy yo mismo. Siempre lUCHO por superarme a mí mismo. De esa manera consigo estar siempre alerta y no caer en la monotonía.

En las galas semanales de «Tú sí qué vales» hago un ritual. Choco las manos con mi compañera de producción Silvia, que se encarga de que no me falte nada, y con Juanjo, el regidor del

programa que está siempre al pie del cañón, como un jabato, y gritamos juntos: «¡Fuerza y honor!». Además, antes de salir al escenario, siempre escucho dos canciones que me motivan, que me suben la adrenalina hasta unos límites insospechados y que me incitan a gritar, como Leonardo di Caprio en *Titanic*: «¡Soy el rey del mundo!».

Una de esas canciones es «Survival», de Muse, canción oficial de los Juegos Olímpicos de Londres 2012, que te incita a ganar. La otra es del grupo de heavy metal español WarCry, «Alma de conquistador», un tema que, cada vez que lo escucho, me aporta más

y más confianza en mí mismo (y confianza, precisamente, no me falta).

WARCRY

También hay canciones que, a pesar de no hablar de triunfo precisamente, se pueden convertir en un claro ejemplo de motivación. Tal es el caso de Pep Guardiola y «Viva la vida», de Coldplay. Nadie puede negar que su psicología de motivación le funcionó a la perfección.

Dale una oportunidad a estas canciones y busca en Google las letras a

ver si te pueden aportar lo mismo que a mí. (Para ayudarte, más adelante incluyo la de «Alma de conquistador»).

Busca tu canción y déjate inspirar por ella. Encuentra esa canción que te conquiste. Quizá no sea un canción lo que te dé las alas necesarias para echar a volar. Puede ser una palabra, una frase (o un mantra), una poesía, una fotografía... Puede ser cualquier cosa.

*Cualquier cosa te puede aportar motivación
si tiene valor para ti.*

Yo, como la mayoría de las

personas, he tenido ídolos. He tenido un ídolo televisivo, un ídolo musical y un ídolo deportivo. Y sí, has leído bien: «HE TENIDO». Ahora no tengo ninguno. Y te contaré por qué.

Conocí hace muchos años a mi grupo favorito, y me llevé tal decepción que deseé no haberlos conocido nunca. Aún guardo la foto que me hice con ellos, y mi cara no refleja la ilusión de conseguir algo que en otro momento me había parecido una utopía. Quizá fuera un mal día para ellos o quizás es que eran así, pero mis expectativas no se cumplieron. Seguí escuchando su música, por supuesto, y comprando sus

discos, pero dejé de leer sobre ellos. No quería saber nada más. Me limité a «consumir» su música, como en una relación vendedor/comprador.

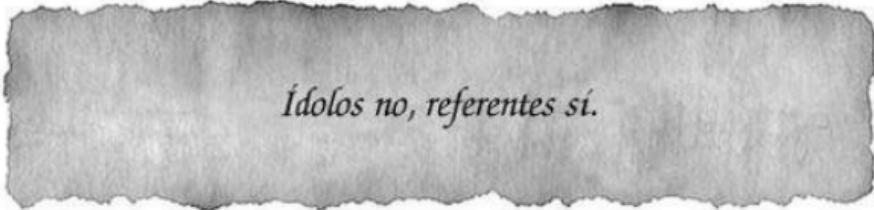
Lo mismo me pasó cuando conocí a mi referente televisivo. No era lo que me esperaba. Pensé que encontraría un poco más de luz en esa persona, y no ocurrió así. Mi primer encuentro fue bastante desagradable y, a partir de ahí, la relación no terminó nunca de cuajar. Ese ídolo a quien había admirado tanto desde casa, frente al televisor, me pareció otro en persona, otro que distaba mucho de los valores que le había atribuido. Un verdadero chasco.

Por supuesto, he evitado dar nombres porque no vienen al caso. Sólo se trata de ilustrar una experiencia negativa y, además, de nada sirve dar nombres.

Al que sí nombraré es al ídolo deportivo. Aquél al que nunca conocí. Después de mis dos experiencias anteriores, David Beckham jugó en la liga española. Y era alguien a quien yo había seguido desde hacía muchos años. Tengo algún que otro amigo futbolista y, en varias ocasiones, se me brindó la oportunidad de conocerle personalmente. Siempre me negué rotundamente. A pesar de que mi entorno

me hablaba maravillas de este futbolista inglés, preferí mantener distancias por temor a que me ocurriera por tercera vez lo que ya había sufrido con mis ídolos del mundo de la música y la televisión.

Y entonces, Beckham dejó de ser un ídolo y pasó a convertirse en un referente.



Ídolos no, referentes sí.

He decidido tener sólo referentes que transmitan los mismos valores que yo porto por bandera.

Tener un ídolo supone querer ser como él. Y yo no quiero ser como nadie. Si tengo que ser como alguien, entonces mis únicos ídolos son mis padres, que me transmitieron los valores por los que me rijo. Da igual cuáles sean esos valores, tú tendrás los tuyos, y, coincidamos o no, ambos son válidos.

Tener un referente es estar en el mismo camino que él, defender lo mismo, valorar lo mismo.

Algo que valoro mucho es la perseverancia. No hace mucho (y no recuerdo quién lo escribió) leí:

La perseverancia es la virtud por la cual todas las otras virtudes dan su fruto.

Me gustaría acabar este capítulo con algo que me enseñó Josef Ajram^[72] en su Twitter (@josefajram), conectado con su cuenta en Instagram:

*IMPOSSIBLE TIENE ESCRITO
I'M POSSIBLE*

Claro, escueto, conciso, motivante. Josef sabe perfectamente dónde NO está su límite.

Así que, ya sabes, persevera y te diré aquello de: ¡¡¡TÚ SÍ QUE VALES!!!



Sin tener una meta es difícil ganar.

Motívate con este tuit

El tuit de Leonardo

Leonardo da Vinci descubrió hace más de 500 años la mejor manera de motivarse: la motivación que busca uno mismo y que se da a sí mismo. No hay mejor manera de motivarse. Nunca esperes que nadie te motive, porque puede NO llegar ese halago. De esa manera, si alguna vez llega, será de sorpresa y lo saborearás mucho más.

No hay nada más claro, más transparente y más motivante que esta

escueta cita del maestro:



*@Tienes_Talento:
«Yo seguiré».*

Cuando una frase, por muy breve que sea, no necesita explicación, entonces deja de ser una frase y se convierte en AXIOMA.

Queda claro que uno de los mayores genios de la historia no necesitaba ni esperaba alabanzas de ningún tipo ni de nadie. Su perseverancia, curiosidad y necesidad de comprender le hacían siempre ir más allá. No necesitaba ningún estímulo externo. Y no era un

genio precisamente por eso. TÚ también puedes MOTIVARTE.

El tuit de Christian

Quizá yo no sea ese NADIE que necesites para motivarte, para seguir adelante. A veces hace falta un empujoncito... Quién no recuerda aquellas míticas frases del tipo «mil pelas a que no haces...», que te empujaban a lanzarte a cualquier desafío.

Allá por 2002, cuando vivía una época de incertidumbre, como te conté ya anteriormente, vi una película que,

aunque no tuvo mucha repercusión, me marcó bastante. Se titula *Rock Star*,^[73] y aún hoy sigue siendo una de mis películas favoritas.

Su subtítulo, y *leitmotiv* de la película, era: *Dream big. Live the life* («Sueña a lo grande. Vive la vida»). La película me encantó, pero el subtítulo me parecía insuficiente. Carecía de motivación, así que me puse a darle vueltas a la cabeza y llegué a la conclusión de que los sueños son sueños y la vida es la realidad, y de que la única manera de juntarlos es mediante una metáfora. Pero ese cartel de la película carecía de metáforas, porque te

invitaba a soñar y a vivir. Soñar tu vida es perder el tiempo. Vivir tus sueños es experimentar, crecer, aprender..., al fin y al cabo, VIVIR.



@ChristianG_7:
*«No sueñes tu vida,
vive tus sueños. Y
“sueña” a lo
grande».*

Te toca a ti. No esperes a nadie. No esperes nada. MOTÍVATE tú mismo. Lo demás siempre se dará por añadido.

«Sé tú mismo, todos los demás están ocupados.»

Oscar Wilde

ALMA DE CONQUISTADOR^[74]

Fácil no fue, mas sigo aquí.

Conquisté el cielo anclado al suelo.

Cuánto luché,
cuánto sufri.

Convertí un sueño en mi empeño.

Brilla el sol, es un nuevo amanecer.

Un día más siento el triunfo en mi piel.

Podía ver la muerte en mí.

Todos me lloraban, me enterraban.

Yo peleé, no me rendí,
aposté mi alma a esas cartas.

Brilla el sol, es un nuevo amanecer.
Un día más siento el triunfo en mi piel.

Dispuesto a luchar,
sin miedo a morir.

Tal era mi fe
que llegué, vi y vencí.

(Solo)

Dispuesto a luchar,
sin miedo a morir.

Tal era mi fe,
que llegué, vi y vencí.

¿QUÉ ES LA MOTIVACIÓN?

Motivación es eso que nos mueve a hacer las cosas. Lo que nos da el impulso necesario para hacer algo o para dejar de hacer algo, dirige nuestro comportamiento a través del camino que finaliza en la consecución de un logro. La automotivación es el impulso que nos damos para exigirnos más y dar lo mejor de nosotros mismos.

PONTE A PRUEBA:

- No quieras ser como nadie. Tú tienes que querer ser TÚ. Recuerda que tienes tantos y tan diferentes talentos como la persona a la que

admiras. No te quites valor.

- Intenta dejarte llevar por tus valores y no por las posibles recompensas. Lo primero es estar por y para ti. Lo segundo puede que no llegue. Aunque eso no signifique que no te motive nada ni nadie.
- Escoge una canción que te motive y escúchala al máximo volumen posible. Escoge tu frase favorita y grítala tan alto como puedas. Coge una fotografía y obsérvala durante horas. MOTÍVATE COMO QUIERAS.

LA CITA:

«Conviértete en la persona que quieras ser».

PARA SABER MÁS:

DANIEL H. PINK (sobre motivación)

- *La sorprendente verdad sobre qué nos motiva*, Gestión 2000, Barcelona 2010.

FERNANDO ALBERCA DE

CASTRO (sobre motivación)

- *Todos los niños pueden ser Einstein,*
Toromítico,
Córdoba, 2011.
- *De Newton a Apple: provoca tu talento,*
Toromítico,
Córdoba, 2012.

JOSEF AJRAM (sobre motivación)

- *No sé dónde está el*

límite, pero sí sé dónde no está,
Alienta, Barcelona,
2012.

BOB NELSON (sobre
motivación)

- *1001 formas de motivar*, Gestión 2000, Barcelona, 2007.

E

EPÍLOGO

Unas palabras de
Miguel Ángel Buonarroti



Una leyenda y dos legados

Quizá te extrañe, lector, que el final del libro se lo dedique al maestro Miguel Ángel Buonarroti y no a su coetáneo Leonardo da Vinci. Quizá no sepas que la rivalidad artística entre estos dos genios del Renacimiento era máxima, aunque aún no ha quedado claro si se trataba de una rivalidad directa y una lucha de egos o, más bien, del morbo que provocaba en la gente la equiparación de estos talentos. Desde mi humilde opinión, me decanto por esta

segunda posibilidad, porque 500 años después se sigue fomentado ese tipo de morbos a nuestro alrededor, e incluso yo mismo, en televisión, he tenido que sufrirlo.

Las palabras de Miguel Ángel que vienen a continuación, para que se entienda la comparación, es como si, en nuestros días, las dijera Cristiano Ronaldo de Messi, Hamilton de Fernando Alonso o Anne Igartiburu de Mariló Montero.

Cuenta una leyenda que, un día del mes de enero del año 1560, el papa Paulo IV llamó al gran Miguel Ángel Buonarroti, creador de la Capilla

Sixtina, para conversar sobre «tiempos pasados» y recordar juntos las viejas glorias del arte del momento... Fue entonces cuando, al parecer, Miguel Ángel dijo estas palabras:

Santidad, no le deis más vueltas: yo no sé lo que la historia dirá de mi obra ni en qué lugar me colocarán los hombres del mañana; como no sé qué dirán de Donato di Niccoló di Betto Bardi [Donatello], ni de Guido di Pietro da Mugello [Fra Angelico], ni de Tommaso di

Mone Cassai [Masaccio], ni de Filippo Lippi, ni de Piero della Francesca, ni de los Bellini Jacopo, Gentile y Giovanni, ni de Andrea Verrochio, ni de Donato Bramante, ni de Sandro Botticelli, ni de Pietro Vanucci [Perugino]... Pero sí sé lo que dirán y escribirán de Leonardo di ser Piero da Vinci..., porque él fue, sin duda, el mejor, la cúspide del arte y del saber de su tiempo. ¡Dios, lo que yo habría dado por tener la cabeza y los sentidos de aquel hombre!

Possiblemente, de haber sucedido esto realmente, Miguel Ángel nunca se habría dirigido al propio Leonardo con estas palabras. No sólo porque los separaban algunos años de diferencia (aunque fueron coetáneos) y algunos kilómetros de distancia (Miguel Ángel pasó casi toda su vida entre Florencia y Roma), sino porque, además, como hemos dicho, los habían convertido en competencia directa.

Pero esto pasa a menudo. Aquí, en nuestro país, solemos alabar a los nuestros cuando están retirados o cuando ya no están. Y encima solemos alabar más a los de fuera que a los de aquí.

Para finalizar, me gustaría recalcar algo muy importante que he aprendido en los últimos años. Algo que tienes que tener muy claro a la hora de iniciar cualquier empresa:

El éxito no es un fin, es una consecuencia.

Esto, inevitablemente, también nos puede pasar a nosotros. Muchas veces me he parado a pensar qué me gustaría que dijeran de mí cuando no esté, profesional o físicamente. Depende del momento, el lugar o el estado de ánimo

en que esté, suelen salir pensamientos dispares que no terminan de encajar unos con otros. Pero, también, dentro de esa amalgama de ideas confusas, termino coincidiendo conmigo mismo en algunos aspectos. Y al final me sale algo así como:

Era un tipo con espíritu renacentista, con más inquietudes de las que pudo abarcar, apasionado de todo aquello que arrojaba un poco de luz y cuyo único rival era él mismo. Perseverante y buena persona. Cometía fallos, pero

sabía pedir perdón.

Quizá no sea así ahora mismo, mientras escribo estas líneas, pero te puedo asegurar que lucho día a día para que se me recuerde de esa manera.

Mi pregunta es: ¿cómo te gustaría que te recordaran a ti? ¿Lo tienes claro?

Pues ha llegado el momento de que sueltes la mano del maestro Leonardo y empieces a caminar tú solo.

Ha llegado el momento de sacar el genio en ti.

Ha llegado el momento de empezar a construir tu LEGADO.

«La vida ocupada resulta larga.»

Leonardo da Vinci

M

EL MÚSICO

Homenaje a
Juan Carlos Cubeiro



Banda Sonora

Hace no mucho tiempo, me empapé no sólo de libros de Leonardo da Vinci, sino también de *coaching*. Uno de los mayores referentes en nuestro país es Juan Carlos Cubeiro,^[75] a quien ya vimos en los *must read*^[76] en la introducción de este libro que tienes entre manos, así que me puse rápidamente a buscar en su bibliografía y en el primer libro que me leí, *Por qué necesitas un coach* (Alienta, 2011) me encantó ver que el autor ponía una banda sonora para cada canción de cada

capítulo. «Una idea brillante», pensé. Y he decidido utilizarla, sin ninguna intención de llevarme el mérito (nada más lejos de la realidad), como homenaje a su persona.

En el capítulo de la MOTIVACIÓN ya lo adelantaba. Una canción, una de las que formen parte de la banda sonora de tu vida, puede darte el empujón o estímulo que necesitas. Ahora quiero regalar una canción a cada capítulo de este libro que tanto tiempo me ha acompañado.^[77]

***PASAPRÓLOGO, POR
RISTO MEJIDE***

«Roads», del disco *Dummy*, de Portishead (1994).

«Closer», del disco *The Downward Spiral*, de Nine Inch Nails (1994).

INTRODUCCIÓN

«Prelude and Main Tittle», del disco *Superman: The movie*, de John Williams (1978).

CAPÍTULO 1. MARCA PERSONAL

«I. M. E», del disco *Gambling with*

the devil, de Helloween (2007).

«Come un pittore» del disco *Viva i romantici: II sogno* de Modá (2011).

CAPÍTULO 2. VENDE TU MARCA

«The best of me», del disco *The best of me*, de Bryan Adams (1999).

CAPÍTULO 3. CONVIÉRTETE EN LÍDER

«It's my life», del disco *Crush*, de Bon Jovi (2000).

«Rule the world», del disco *Ghost Opera* de Kamelot (2007).

CAPÍTULO 4. GESTIONA TU TIEMPO

«The final countdown», del disco *The final countdown*, de Europe (1986).

CAPÍTULO 5. DESENFOMA

«The ballad of Mona Lisa», del disco *Vices & Virtudes*, de Panic! at the Disco (2011).

CAPÍTULO 6. CAMBIA LA PERSPECTIVA

«Help!», del disco *Help!*, de The Beatles (1965).

«Radioactive» del disco *Night Visions* de Imagine Dragons (2013).

CAPÍTULO 7. OBSERVA

«Take a look around», del disco *Chocolate starfish and the hot dog flavored water*, de Limp Bizkit (2000).

CAPÍTULO 8. GESTIONA

TU TIEMPO

«The show must go on», del disco *Innuendo*, de Queen (1991).

CAPÍTULO 9. MOTÍVATE

«Survival», del disco *The 2nd law*, de Muse (2012).

«Alma de conquistador», del disco *Alfa* de WarCry (2011).

EPÍLOGO

«Now we are free», del disco

Gladiator, de Hans Zimmer y Lisa Gerrard (2000).

«Chasing cars», del disco *Eyes Open* de Snow Patrol (2006).

EL MÚSICO

«Lasse'In Questo Carnovale», del disco *L'amore mi fa sollazar* (concierto renacentista para instrumentos diseñados por Leonardo da Vinci), de Eduardo Paniagua (2011).

«Ritratto de musico», del disco *Leonardo da Vinci* de Capitanata & Quartett Salzburg Orchestra (2006).

AGRADECIMIENTOS

«Nessun dorma», de la ópera *Turandot*, de Giacomo Puccini (1926).

Ésta es la banda sonora de mi libro, pero TÚ tienes TALENTO para elegir la tuya propia. Recuerda que sólo hay dos tipos de música, bien hecha o mal hecha, y dos maneras de juzgarla, te llega o no te llega al alma.

Pon una banda sonora a mi libro y disfruta.

Pon una banda sonora a tu talento, a tu objetivo, y mejora.

A

AGRADECIMIENTOS

Dar las GRACIAS es sencillo, gratis y eterno. ¡GRACIAS!

A todos aquellos que tenéis el valor de seguirme, leerme y comunicarme a

través de Twitter, allí donde expongo lo que pienso, creo y defiendo. Gracias por ser una familia cada día más numerosa y sobre todo, gracias por creer que aún tengo cosas que contar. Nos vemos en **@ChristianG_7** y en **@Tienes_Talento.**

A los que, sin saberlo, me habéis servido para seguir manteniendo mis valores vigentes, mi talento intacto y los pies en el suelo: **Aïnhoa Gálvez, Familia Cid Tostado, Luís Larrodera, Marina García, Dioni Martín, Borja Fernández (FF), Javier Labandón, Paul Urkijo, Ortzi Acosta, Oscar Lisbona e Iván Laloux.**

A **Mercedes Milá** (Valor),
Leopoldo Abadía (Esperanza), **Juan Carlos Cubeiro** (Vocación), **Boris Izaguirre** (Compañerismo) y **Pablo Alborán** (Arte), porque desinteresadamente han prestado su Marca Personal y sus Talentos al servicio de estas páginas, de Leonardo da Vinci, y sobre todo a mí. Gracias a todos por todo.

Ai miei amici italiani, che mi hanno aperto la porta non solo del loro paese ma anche della loro mente e mi rendono l'accesso, impossibile altrimenti, al genio fiorentino: **Alessandro Colomo**, **Alice Salvagnin** (Milano) e alla

Dottoressa Vattuone della Pinacoteca Vaticana (Roma). Qualcosa di Leonardo vive in voi. Ci vediamo nel prossimo libro! Grazie mille.

A los que nunca se cansan de buscar, encontrar y gestionar el talento: **Rafa Guardiola** y **Ángel Baviano** (+ todo el equipo de Xanela Producciones) y **Tinet Rubira** y **Amparo Castellano** (+ todo el equipo de Gestmusic Endemol). Nunca nadie sabrá cuán imprescindibles sois.

A **Merche** (¡italianini!), **J. Corbacho** (Leonardo te espera), **Miguel Ángel «El Sevilla»** (talento y pelazo a partes iguales) y **Eduardo Gómez** (que no le-e-ra es-te li-bro). ¡Qué difícil es

seleccionar tanto talento! Vosotros sí que valéis.

A Carmen Porter e Iker Jimenez (Sincronicidad Pura), porque, a veces, los destinos juntan a personas con talentos diferentes e inquietudes semejantes y forjan sólidas amistades. Porque, como Leonardo, cuestionan, investigan y descubren; aprenden, enseñan y aprenden de nuevo. Porque viven sus sueños y no sueñan sus vidas. Y porque cada vez queda menos para que se haga realidad lo que muchos niños hubiéramos querido ver hace mucho tiempo. Miles de personas lo piden a gritos. Yo también (Pasión =

Señales).

A Paloma Gómez Borrero

(Hospitalidad), por enseñarme esa Roma que no aparece en las guías, por recibir con los brazos abiertos a desconocidos «muy conocidos», por las cenas interminables, las carreras locas en coche, conversaciones sobre arte, papas y fantasmas, por esos favores impagables (el «San Jerónimo» de Leonardo lo sabe) y por las visitas inesperadas con tu inseparable sonrisa.

A Risto Mejide, El Caballero

Oscuro (Molestia), que para honrarle, voy a molestar un poco:

Por ese sentido la diferencia entre «fotografía» y «cointeñido», por sus diferencias a veces es más que otras, por su similitud en su criterio más sincero (esos que te pegan se apilan a descojonidos), por las continuas elecciones en directo, por compartirlo tanto y blogear más al mismo tiempo y ser el primero, el mejor y el único que sabe preparar para el éxito. Tú si que eres «pionero».

A Roger Domingo (Sinceridad), mi editor, por ser sincero y no andarse con rodeos en nuestra primera reunión, por ser capaz de cambiar las perspectivas y dar un nuevo enfoque a una pasión, por dedicarme cada mail a mejorar y por confiar en alguien tan loco por querer gestionar el talento a través de Leonardo da Vinci. Será que tienes tu parte de genialidad. Ojalá sólo sea el primero...

A Gonzalo Abadía (Responsabilidad), por tener la misma

ilusión que yo, por ver algo dos días antes de que yo me diera cuenta de lo que teníamos delante, por las charlas de madrugada, por ser el mejor *coach* que uno puede tener y porque cuando he gritado *help* has elegido el *Hello* y no el *goodbye* y has trabajado duro a mi lado *eight days a week*. Nos queda tanto por hacer...

A mis **padres** (Perseverancia), porque a pesar de sus consejos sobre la quietud, la calma y el descanso, no saben cuanto me motivan para seguir abarcando proyectos casi imposibles. Porque, a diferencia del maestro florentino, sí tuve la oportunidad de

crecer con una educación digna basada en el sacrificio de ambos. Porque la distancia no significa que estéis lejos de mí. Sólo significa que muchas veces no se decir, en la distancia, «*Te echo de menos*».

A **Almudena** (Amor), por ser el pincel con el que realizo mis mejores obras, por ser el lienzo donde me gustaría ser plasmado para siempre, por ser esa Mona Lisa que me acompaña por el mundo donde quiera que vaya y por entender y compartir mi pasión vinciana. Por ser, por encima de Leonardo da Vinci, la mayor pasión que tengo en la vida. Que no me faltes nunca.

A Leonardo da Vinci (Inspiración),
porque Miguel Angel se quedó corto.
Porque tu legado sigue asombrando y
entreteniendo, porque en tu búsqueda
interminable encontraste una perspectiva
diferente, porque la perseverancia son
dos virtudes o defectos que nos unen,
porque la inquietud te / me hizo tomar
otro camino, porque las críticas te
hicieron / me hicieron más fuerte,
porque me sigues enseñando y te sigo
aprendiendo, porque sin querer, tu
LEGADO se hizo **INMORTAL**. Gracias
por enseñarnos a volar. Con y sin alas.
Nos «vemos» pronto con tus misterios,
esto no ha hecho sino empezar...

Que el latido del genio nunca se apague.

«Leed las buenas obras y observadlas.»

Leonardo da Vinci

CRÉDITOS DE LAS FOTOGRAFÍAS Y LAS ILUSTRACIONES

Ilustraciones

- Todas las ilustraciones creadas especialmente para este libro son de Paul Urkijo. Páginas 15 y 233.
- Diseño gráfico en los

esquemas de La última cena y en la fusión de la Gioconda y Leonardo: Antonio Hachei (Antonio Hidalgo Valverde).

Fotografías

- Página 89: foto cedida por José Irún.
- Página 134: todas las fotos del programa «Pasapalabra» que aparecen en este libro han sido tomadas por Carlos Serrano y son propiedad de

Mediaset España.

- Páginas 135 y 225: todas las fotos del programa «Tú sí que vales» que aparecen en este libro han sido tomadas por José Irún y son propiedad de Mediaset España.

Logotipos

- El logotipo del grupo WarCry ha sido cedido por Aníbal Siñeriz, representante de la banda.



CHRISTIAN GÁLVEZ. Inició estudios de Magisterio y Filología inglesa,¹ si bien ya con anterioridad había encaminado sus pasos hacia el mundo del espectáculo.

Sus comienzos profesionales se situaron en la interpretación. Debutó en

la pequeña pantalla con 15 años en un papel episódico de la serie Médico de familia. Pasó más tarde a labores de presentador de televisión y comenzó a cobrar mayor notoriedad como consecuencia de su participación como reportero en el programa de humor Caiga Quien Caiga (2005-2007), emitido por Telecinco, con presentación de Manel Fuentes.

Tras dejar CQC, le llegó su mayor oportunidad profesional, cuando fue seleccionado por Telecinco para presentar, desde el 16 de julio de 2007 un formato hasta entonces emitido por Antena 3: el concurso diario

Pasapalabra, programa en el que relevó a Silvia Jato.

En 2010 publicó con la editorial Espasa el libro Sin-vergüenzas por el mundo, en el que narra sus experiencias como reportero. En 2011 publicó su segundo libro con Espasa: "Que la historia te acompañe", en el que se narran hechos y anécdotas ocultas de la historia.

El 11 de abril de 2013 publica con la editorial Alienta, "Tienes Talento: cómo sacar lo mejor de ti mismo de la mano de Leonardo da Vinci" donde mezcla la vida y obra del genio

florencio con el coach del siglo XXI. En 2013 empieza a colaborar como especialista de cine de superheroes en la revista Acción.

Asimismo, su vida paralela a la televisión se basa en estudios de Leonardo da Vinci y a ejercer de conferenciante para empresas basadas en la motivación y en la búsqueda del talento.

Notas

[1] Real Academia Española. [!\[\]\(ecaec83f7beb11bbe103b812d77d9f6c_img.jpg\)](#)

[2] Experto en liderazgo, talento y *coaching* y presidente de honor de la Asociación Española de Coaching (AECOP). <<

[3] Artista polímata arquetípico, símbolo del Renacimiento italiano y genio universal. <<

[4] *El viaje secreto de Leonardo da Vinci*, Base, Barcelona, 2010. <<

[5] El guión de una película, cortometraje o anuncio plasmado secuencia a secuencia mediante dibujos. <<

[6] Director de cine e ilustrador. Autor de los dibujos de este libro. <<

[7] Cadena internacional de mobiliario de alta calidad que goza de gran prestigio, sobre todo en Italia. <<

[8] Superhéroe creado por Bob Kane y Bill Finger perteneciente a DC cómics. *El Annual Elseworlds* de 1994 de Batman cuenta una historia paralela entre Leonardo da Vinci y el Hombre Murciélagos. <<

[9] Datos extraídos del reportaje de investigación de Sabina Berra para la revista italiana “Focus Extra nº 59 ed. Inverno 2012”. <<

[10] Colección S. H. I. E. L. D. de Marvel editada por Panini Comics (mayo de 2012). <<

[11] Caminos, canales y puertos. Más información, en el libro *Fortune is a river*, de Roger D. Masters, A Plume Book, Penguin Book, 1999. <<

[12] «Algo resaltado» en inglés. <<

[13] «The Brand called You», artículo publicado en la revista *Fast Company*, en agosto de 1997. <<

[14] Si no sabes cómo, prueba a leer:
Pedro Rojas, *Community management
en una semana*, Gestión 2000,
Barcelona, 2011. <<

[15] *Las vidas de los más excelentes arquitectos, pintores y escultores italianos, desde Cimabue a nuestros tiempos*, 5.^a ed., Cátedra, Madrid, 2010. Versión castellana de María Teresa Méndez Baiges y Juan Montijano García. <<

[16] Óleo sobre tabla (h. 1503-1519), expuesto en el Museo del Louvre, en París. <<

[17] Más información detallada sobre la «escritura en espejo» en: José María Cid Rodríguez, *Leonardo da Vinci: dibujo y escritura en espejo en los manuscritos*, Quiasmo, Torrelaguna, 2010. [<<](#)

[18] Listado de tuits (en este caso) ordenados cronológicamente. <<

[19] Éstas tres opciones me las enseñó Risto Mejide (@ristomejide), creativo, hombre televisivo y gran amigo; también es autor de *El pensamiento negativo*, *El sentimiento negativo*, *Que la muerte te acompañe* y #Annoyomics: *el arte de molestar para ganar dinero*. Cocreador, junto a Marc Ros, de Aftershare.tv y 60db. [!\[\]\(77eecaa0059e9e99b7bb61f063f6dc58_img.jpg\)](#)

[20] Primer ser humano en romper la barrera del sonido sin apoyo mecánico con la iniciativa Red Bull Stratos. <<

[21] Para cualquier duda sobre economía, nada como el libro de Leopoldo Abadía *Cómo funciona la economía para Dummies*, CEAC, Barcelona, 2012. <<

[22] Término inglés que designa a los «seguidores» en la red social Twitter.

<<

[23] La mayor red de contactos profesionales del mundo, con más de 175 millones de usuarios y más de 85 millones de visitas únicas mensuales. <<

[24] Me refiero a no colgar en la cuenta profesional fotos de tus hijos o de las vacaciones, chistes y otras cosas por el estilo. <<

[25] Guy Kawasaki es uno de los mayores expertos en marketing mundial, ex compañero de Steve Jobs en Apple y autor de bestseller como *El arte de empezar*, *Cómo volver locos a tus compañeros* y *El arte de cautivar*. [<<](#)

[26] Serie de televisión producida por Globomedia y emitida en Telecinco desde 1995 hasta 1999. Obtuvo cinco premios TP de Oro a la mejor serie nacional y un Premio Ondas de la televisión, así como prestigiosos galardones de radio y televisión entregados anualmente desde 1954. <<

[27] Un «cameo» es una aparición breve ante la cámara en una serie de televisión o una prueba. <<

[28]

Fuente:

<http://economia.elpais.com/economia/20>

<<

[29] Profesor y director del Área de Innovación del ISEM Fashion Business School y profesor asociado del Instituto de Empresa. <<

[30] Uno de sus más famosos códices es el *Codex Atlanticus*, o *Códice Atlántico* (de ahí el título de este capítulo), que consta de doce volúmenes formados por 1119 páginas, cuya temática, fruto de la observación, es muy variada: vuelo, armamento, instrumentos musicales, matemáticas, etc. <<

[31] Encuesta oficial del CIS, 2012. [<<](#)

[32] Éste concepto lo veremos en el capítulo 6. <<

[33] *Il cenacolo* (1495-1497), su título original en italiano, es también llamada La cena y Santa cena, en español. Se trata de una pintura mural realizada en temple y óleo sobre yeso, de $8,80 \times 4,60$ m. <<

[34] En los códices *Forster II* y *Forster III* ya aparecen anotaciones de cuál iba a ser la composición y el tamaño. <<

[35] Palabra inglesa derivada de *spoil*, que significa «echar a perder», pero que en la jerga televisiva viene a ser como un «adelanto» de lo que se va a ver a continuación. <<

[36] También llamado «síndrome de Florencia»; es un trastorno psicosomático que se produce en ciertas personas al ser expuesta a obras de arte de gran belleza. <<

[37] Programa de final de la noche o de madrugada. <<

[38] Más información en:
«[<http://www.pixiq.com/article/eyes-vs-cameras>](http://www.pixiq.com/article/eyes-vs-cameras). <<

[39] Empresario y magnate informático, cofundador de Apple y fundador de Pixar (1955-2011). Más información en: Walter Isaacson, *Steve Jobs: la biografía*, Debate, Madrid, 2011. [<<](#)

[40] Filósofo clásico ateniense, maestro de Platón y uno de los tres representantes, junto a éste y a Aristóteles, de la filosofía de la Antigua Grecia. <<

[41] Técnica basada en la interrogación para guiarse por el camino del conocimiento a través de las propias conclusiones. Es decir, la mayéutica no enseñaba, ayudaba a aprender. Para más información: los diálogos de Platón *El banquete* y *Teeteto*. <<

[42] «Entrenamiento del ser»,
literalmente. Más información en:
<http://www.planetaholistico.com.ar/Coac>

<<

[43] Leonardo dedicó más de veinte años al estudio del ojo. Más información en: Fritjof Capra, *La ciencia de Leonardo*, Anagrama, Barcelona, 2008. <<

[44] Reserva obligatoria vía web con meses de antelación: <http://www.lastsuppertickets.com>. <<

[45] <http://www.museoscienza.org> (via S. Vittore, 21, Milán). <<

[46] Producido por Xanela Producciones
y dirigido por Rafa Guardiola. <<

[47] Aparato que refleja el texto en un cristal transparente que se sitúa en la parte frontal de una cámara. <<

[48] Programa producido por Gestmusic
y dirigido por Amparo Castellano. <<

[49] De visita imprescindible es la digitalización de los códices de Madrid por parte de la Biblioteca Nacional de España, en:
<http://leonardo.bne.es/es/Colecciones/M>

<<

[50] Industrial estadounidense fundador de Ford Motor Company y padre de las cadenas de producción modernas utilizadas para la producción en masa.

<<

[51] «Lluvia de ideas» o «tormenta de ideas». <<

[52] Lectura recomendada: *Es negocio ser honrado*, de Jon M. Huntsman, Gestión 2000, Barcelona, 2006. [<<](#)

[53] Del latín *perspectiva* y del verbo *perspicere*: «ver a través de». <<

[54] Dibujo de 1487 realizado a partir de los textos de arquitectura de Marco Vitruvio, arquitecto de Julio César en la antigua Roma, que se encuentra en la Galería de la Academia en Venecia. <<

[55] Es interensante y muy recomendable la visita a la página web <http://webs.adam.es/rlllorens/picuad/leon> de Carlos M. Piera de 2002 con una rigurosa aplicación matemática. <<

[56] Imagen de la saga *FarCry* © 2012 e imagen de *Assassin's Creed III* © 2012 cedidas por Ubisoft Entertainment. Todos los derechos reservados. *Assassin's Creed*, *Farcry*, Ubisoft y el logo de Ubisoft son propiedad de Ubisoft Entertainment en Estados Unidos y demás países. <<

[57] Lillian Schwartz (artista renombrada en el arte informático y autora de la obra *Mona Leo*), Renzo Manetti (arquitecto y escritor florentino) y Alessandro Vezzosi (estudioso de Leonardo y director del Museo Ideal de Leonardo en la ciudad de Vinci) en *El rostro oculto de Leonardo*, Edizione Polistampa. <<

[58] Capítulo 2: Carta a Ludovico Sforza
de Milán. [<<](#)

[59] Llamado el Sócrates norteamericano. Escritor, conferenciente, profesor y fundador del Centro Covey de Liderazgo, convertido después en la compañía FranklinCovey. <<

[60] Stephen R. Covey, Roger A. Merrill y Rebecca R. Merrill, *Primero, lo primero: vivir, amar, aprender, dejar un legado*, Paidós Ibérica, Barcelona, 2009. <<

[61] Pintura al temple y óleo sobre tabla,
de alrededor de 1480, conservada en la
Pinacoteca Vaticana. <<

[62] Guión de la estructura general del programa, que ofrece una visión global y la evolución de los contenidos. <<

[63] Término del inglés que alude al ritmo y a la cadencia en televisión, así como en el teatro e incluso en la literatura. <<

[64] Información detallada en:
<http://www.vertele.com/noticias/el-ranking-de-los-programas-mas-vistos-del-ano/>. <<

[65] Ex gimnasta, cuatro veces campeón de España en anillas, artista durante cinco años en el Circo del Sol, en Las Vegas, con más de 1500 funciones y especialista de cine, actor, director de cortometrajes y productor en 47 Ronin S. L. (@ortzifilms). <<

[66] «Piensa diferente»: campaña publicitaria creada por Apple en 1997. Más información en el libro de su creador: Ken Segall, *Increíblemente simple: la obsesión que ha llevado a Apple al éxito*, Gestión 2000, Barcelona, 2012. <<

[67] Si te gusta el cine, prueba a leer este libro: Rubén Turienzo, *Dirige de cine*, LID Editorial Empresarial, Madrid, 2009. Se trata de una perfecta fusión de *coaching* y la ficción cinematográfica.

<<

[68] Ahora somos bastantes más. ¿Te apuntas? (@Tienes_Talento). <<

[69] Roger Domingo, director de los sellos editoriales Alienta, Gestión 2000, Deusto y CEAC (Grupo Planeta):
<http://www.rogerdomingo.com>
(@RogerDomingo). <<

[70] Alejandro Suárez Sánchez-Ocaña,
Alejandro, *Ha llegado la hora de
montar tu empresa*, Deusto, Barcelona,
2011. <<

[71] Del mismo modo que podríamos poner a Napoleón en el grupo de los «ambiciosos» y a Gandhi en el de los «solidarios». <<

[72] Ultrafondista, *day trader* de bolsa y escritor, autor de *¿Dónde está el límite?*, *Ganar en bolsa es posible*, *La solución* y *No sé dónde está el límite, pero sí sé dónde no está* (<http://www.josefajram.es>). <<

[73] Dirigida por Stephen Herek y protagonizada por Mark Wahlberg y Jennifer Aniston. <<

[74] Letra de Víctor García, del disco Alfa, de *WarCry* (Jaus Records, 2011).

<<

[75] Te lo recuerdo: presidente de honor de la Asociación Española de *Coaching* y Consultoría de Procesos y uno de los mayores expertos en *coaching*, talento y liderazgo. <<

[76] «De lectura recomendada» / «De lectura obligatoria». <<

[77] Información de la incursión de Leonardo da Vinci en la música en, Marta Pérez de Guzmán et al., Leonardo da Vinci y la música, Villamonte, Madrid, 2003. <<