

Definición de Visión

Juan Mateo y Jorge Valdano

Nadie triunfa sin sentir la pasión de crear futuro y en esa pasión es donde encontramos nuestros más anhelados deseos y la fuerza necesaria para conseguirlos.

Una VISIÓN define y concreta nuestras metas, permitiéndonos visualizar anticipadamente la imagen exacta de nuestro éxito.

Se trata, por tanto, de un viaje de la imaginación al mundo de los deseos, con el fin de movilizar los sentimientos en busca de una imagen de la que seremos protagonistas en un plazo determinado. Cuando Jorge Luis Borges se refiere a los sueños habla de la “cierva de un solo lado”, dado que es el lado que ve, porque del otro “quizá no hay nada”, dice el gran escritor. Como se lidera sobre realidades y no sobre ideales, conviene ver la cierva de los dos lados, pero añadiéndole coraje a nuestros sueños. Esa imagen será un factor de estimulación tan poderoso que nos animará a la lucha constante por conseguir ese fin. La visión es, entonces, la definición de nuestro futuro construida sobre nuestros deseos más elevados. Llegar a esta definición es básico, pues no olvidemos que es “en el FUTURO donde vamos a pasar el resto de nuestros días”.

Tanto en el mundo empresarial como en el deportivo encontramos multitud de ejemplos que demuestran el poder que confiere a los individuos, o a las empresas, la clarificación de ese “futuro”, al que llamamos “VISIÓN”. Pat Ryley (entrenador de la NBA) dijo, poco después de llegar a los Miami Heat, que “todo lo que somos capaces de soñar, somos capaces de conseguirlo”. En realidad somos capaces de conseguirlo porque somos capaces de soñarlo. El sueño es un detector de oportunidades, preparado para cazar cualquier posibilidad que entre en la órbita de las aspiraciones.

Tal y como analiza Frederick Polack en su libro *The image of the future* (Elsevier Scientific Publishing Co.), incluso la historia de las naciones demuestra que triunfaron aquellos países que supieron definir su futuro y que, sin embargo, cayeron en profundas crisis cuando ese futuro se hizo difuso.

Warren Bennis, uno de los grandes gurús de la gestión, dice en su libro *Cambio y Liderazgo* que “cuando la gente no puede inventarse o reinventarse a sí misma tiene que limitarse a actitudes prestadas, ideas de segunda mano, adaptarse en lugar de destacar”.

Ser auténtico es literalmente ser su propio autor, descubrir las propias energías y deseos

innatos para traducirlos en una manera de actuar alineada con ellos. “Cuando alguien escribe su propia vida desempeña el papel que era natural que desempeñase...” Claro, por muy rápido o bien que nos lleve la vida, es seguro que habremos llegado antes con la imaginación.

Sirvan como ilustración de lo expuesto los siguientes ejemplos:

Cuando me cesaron como entrenador del Real Madrid, el periódico deportivo Marca tituló a cuatro columnas: “Este sueño se acabó”. En la página siguiente el periódico explicaba esa información, con un titular que dejaba aún más clara la intención de su portada: “Y colorín colorado...”. En los dos casos la palabra sueño remitía a la palabra cuento. Si mencionamos aquí ese episodio periodístico, es para empezar a enmarcar el desprestigio que tienen los sueños en determinados ámbitos. Lo que no sabía el periodista al que se le ocurrió ese titular, y quizá no sepa todavía, es que si tuve el honor de jugar y ser campeón con el Real Madrid como jugador y entrenador fue, precisamente, por convertir ese sueño en un desafío del que no descansé hasta conseguirlo.

En una entrevista al torero Joselito en Expansión (12/04/1997) le preguntaban: “De niño, en la Escuela de Tauromaquia, ¿pensabas que llegarías tan alto?”. A lo que Joselito respondió: “Tenía un profesor que se llamaba José de la Cal, que había sido novillero y banderillero, me hablaba de Marcial Lalanda y de toreros maravillosos; lo contaba tan bien que yo ya me veía ahí, en el patio de cuadrillas, vestido de luces con el capote de paseo. Fue clave, porque, al hablarme, me hizo soñar y aquellos sueños me hicieron vivir”.

Cuando la CNN era una empresa todavía incipiente, Ted Turner dijo: “Vamos a durar hasta que se acabe el mundo, y cuando llegue ese día, cubriremos la noticia, cantaremos *Nearer God To Thee* (Más cerca, de Ti, Señor) y luego echaremos el cierre”. Desde entonces, aunque suponemos que no será sólo por ese exceso de optimismo visionario, la CNN es una de las empresas más admiradas del mundo, tras convertirse en gran imperio de las comunicaciones.

Martin Luther King describió claramente la VISIÓN que él tenía del mundo por el que luchaba: “Tengo un sueño: que nuestros hijos sean juzgados por su carácter y no por el color de su piel”. La idea era justa, respondía a una demanda social y trascendió al creador, de modo que muchos años después millones de personas lucharon, y luchan, por alcanzar ese ideal.

John F. Kennedy entusiasmó a una nación lanzándole a la NASA un gigantesco reto:

“Pondremos un hombre en la luna antes de que acabe la década”, anunció, con el afán de abanderar un compromiso colectivo. Todos sabemos que aquella visión se convirtió en un hito histórico de incalculables consecuencias para la Humanidad. Alcanzado el desafío, la NASA pareció desconcertada, como si la empresa no se hubiera planteado una pregunta necesaria: ¿qué es lo que sigue después?

Los sueños se agotan y necesitan ser renovados. Frente a aquellos que creen que soñar es una característica de la gente ilusa, nosotros defendemos la tesis de que es una característica de la gente inconformista. Sobra decir que el mundo le pertenece a ese tipo de gente.

Por último, un ejemplo paradigmático es el descrito por Victor E. Frankl, psiquiatra judío, en su libro *Man's search for meaning*, donde relata su propia experiencia: Frankl era un psiquiatra judío con consulta en Viena, y al declararse la II Guerra Mundial fue capturado por los nazis y encarcelado en Auschwitz. Nada más ingresar en ese infierno se propuso tres objetivos: Uno, sobrevivir. Dos, ayudar a todos los que pudiera con sus conocimientos médicos. Tres, ¡tratar de aprender algo!

Muchas noches, mientras intentaba conciliar el sueño, se imaginaba dentro de un escenario iluminado, con un ambiente cálido y una audiencia expectante por la conferencia que iba a impartir, cuyo título era “La psicología en un campo de concentración”. Todo ello le permitió sobrevivir a una de las experiencias más escalofriantes que un ser humano haya tenido que padecer, y esto fue así porque tenía algo que realizar en el futuro: una VISIÓN.

Asimismo, Frankl describe cómo dos compañeros del barracón donde estaban confinados piensan una noche en suicidarse y cómo consiguió salvarles la vida recordándoles una cosa importante que tendrían que hacer en el futuro: uno cuidar a su hijo, que se encontraba vivo en algún lugar, y le necesitaba como padre; el otro, que era científico, culminar una investigación de gran importancia que solamente él era capaz de realizar. De nuevo, su conclusión fue que muchos consiguieron sobrevivir, porque su futuro encontró un sentido.

Futbolistas, toreros, empresarios, psicólogos, políticos... Seres humanos que, una vez que comprenden las dos preguntas claves, ¿por qué y para qué?, encuentran un nuevo sentido a sus actos. O vemos el final del camino (sabemos hacia dónde vamos) o nos dejamos llevar por los acontecimientos (a donde ellos quieren llevarnos).

Extraído del libro *“LIDERAZGO. El libro que da las claves para formar equipos en la empresa y en el deporte”* de Juan Mateo y Jorge Valdano.