

**Reconquistar el espíritu corporativo.  
Un enfoque ético de la actitud humana  
Paula Almarza de Acosta**

**Magíster en Pedagogía. Investigadora adscrita al Centro  
de Documentación e Investigación Pedagógica de la Facultad  
de Humanidades y Educación. Universidad del Zulia.  
Cursante del Doctorado en ciencias Humanas en L. U.Z**

**Resumen**

Este artículo hace referencia a la importancia de reconquistar el espíritu corporativo como estrategia de acción ética que puede favorecer a la persona para mantener la motivación y la buena voluntad humanas. La autora se remonta a la herencia de sabiduría y reflexión filosófica de la antigüedad sobre las cuatro formas fundamentales que tiene el hombre para experimentar el mundo exterior en la vida diaria, consideradas como bases para la excelencia humana, con el propósito de rescatar la validez de viejos principios para enriquecer nuevas ideas y nuevos paradigmas en beneficio del ser humano de hoy, a fin de que logre satisfacción personal y organizacional en interrelación con los demás de su entorno.

**Palabras clave:** Espíritu corporativo, crisis, valores humanos, dimensiones de la experiencia humana, bases de la excelencia humana, satisfacción personal.

Recibido: 15 03-01. Aceptado: 18-O 7-01

**Reconquering the Corporate Spirit.  
An Ethical Approach to Human Attitude**

**Abstract**

This article refers to the importance of recovering corporate spirit as a strategy of ethical action in order to maintain personal motivation and good will. The author refers back to the wisdom and philosophical reflections of the ancient philosophers, based on four fundamental forms available to man through which to experience the outer world in daily life, and which are considered as the basis of human excellence. The purpose is to rescue the validity of these ancient principles in order to enrich new ideas and new paradigms in benefit of contemporary human beings. The purpose is to achieve personal and organizational satisfaction in interrelation with other actors in the environment.

**Key words:** Corporate spirit, crisis, human values, ethics, experience, bases of the human excellence, personal satisfaction.

**Introducción**

Reconquistar el espíritu corporativo permitiría al sujeto contemporáneo desarrollar positivamente el potencial creativo propio y el de otras personas para hacer realidad la necesidad humana de hallar la felicidad en actividades con sentido, que produzcan satisfacción personal y fructifiquen en actividades interactivas y productivas,

En la reconquista del espíritu corporativo puede ser una ayuda estimable el legado de sabiduría de filósofos y pensadores de la antigüedad, cuyas ideas fundadas en valores trascendentes pueden enriquecer el conocimiento generando en las personas nuevas maneras de enfrentar la vida, de cambiar paradigmas, de producir cambios tanto en las personas como en la sociedad; que en resumidas cuentas son las aspiraciones de los verdaderos líderes.

El desarrollo del tema sobre la importancia de reconquistar el espíritu corporativo se apoya en dos ideas puntuales: a. El siglo XXI y la necesidad de reconquistar el espíritu corporativo y b. Las dimensiones de la experiencia humana y los cuatro principios básicos para la excelencia humana permanente.

### **El siglo XXI y la necesidad de reconquistar el espíritu corporativo**

Como punto de partida, y en consonancia con la Real Academia Española, “espíritu” es principio vital interior o principio generador; el vocablo corporativo, de la raíz latina corpus (cuerpo), significa ante todo cualquier cuerpo de personas con intereses e inquietudes compartidas que viven y trabajan juntas de manera organizada. Así, se entiende que la unión de los términos implica un proceso que consiste en trabajar juntos y organizados con base en un estado interno óptimo y permanente que mantenga viva la motivación y la buena voluntad humana.

Más adelante se introduce un concepto formal de espíritu corporativo con el que se asume y sustenta el tema expuesto en este artículo. Antes, es importante describir unas características que determinan al mismo y se explican a continuación.

Cuando se piensa en el desarrollo del potencial creativo para producir excelencia y éxito duradero en lo que se hace, no es justo ni sensato creer que se parte de ideas originadas hoy día. Mas bien es parte del legado de excepcionales pensadores de la historia humana que, como Aristóteles, cuyas enseñanzas se consideran en este material, han dejado un inmenso tesoro de sabiduría y cuyas influencias continúan aun produciendo sus efectos sobre el hombre.

Es una herencia tan eficaz que bien se podría utilizar tal riqueza de conocimientos ajustándolos a estos tiempos y necesidades para originar una nueva sabiduría que repercuta en acciones humanas positivas, productivas y trascendentes. Con sabiduría práctica el filósofo de Estagira dictaminó que “puede sostenerse que las gentes para las cuales legislan los filósofos son siempre prósperas” (Morris: 8).

Conviene entonces recurrir a la sabiduría antigua según la cual el espíritu corporativo es una necesidad de confiable aplicación en cualquier esfera de la acción humana. Y a la reflexión filosófica para distinguir algunas verdades básicas de la excelencia o progreso humano que viabilicen la adquisición y el mantenimiento de los mejores resultados de un modo universalmente aceptable, aplicable y efectivo. En este sentido, existen cuatro bases muy profundas y al mismo tiempo simples como la verdad, la belleza, la bondad y la unidad que sirven de marco ético de la excelencia humana en todo lo que se hace, sobre las cuales los filósofos de la Antigüedad y los pensadores medievales escribieron y estudiaron con profundidad (Morris, 1997).

Con fundamento en estos antecedentes y fortalezas el concepto formal de espíritu corporativo se asume como: la actitud vital y permanente de toda persona ante sí mismo y ante los demás fundamentada en cuatro bases universales: la verdad, la belleza, la bondad y la unidad que apoyan todo tipo de excelencia y prosperidad humana.

En virtud de la importancia y orientación de vida trascendente contenida en la noción de espíritu corporativo conviene de terminar las características con que debuta el siglo XXI en relación con una negativa experiencia humana que no conduce a la excelencia sostenible, y destacar la imperante necesidad de la re- conquista de ese principio vital interior apoyado en valores éticos universalmente aceptados.

El siglo XXI se estrena con una herencia de vieja data, que no es otra que la crisis de valores humanos por los que atraviesa la sociedad mundial, una crisis espiritual en la que se encuentran imbuidos muchos padres de familia, maestros, empresarios y trabajadores que repercute y socava la motivación y la buena voluntad humana.

Es imposible ocultar el hecho de que la sociedad mundial atraviesa por una crisis de valores humanos producto de una inversión de la escala valorativa en la cual ocupan preferencia los valores científico-técnicos, los de índole económica, pragmáticos y utilitaristas. Y es que la ciencia aplicada a la técnica ha transformado la vida moderna; en pocos años se ha evidenciado (Delibes, 1989) que la inteligencia del hombre al igual que sus necesidades no tienen límite. Sin embargo todo lo extraordinario del progreso deslucen la brillantez y eficacia de los logros de esta época porque se ha producido una minimización del hombre, en razón de que la tecnocracia no encaja con los principios éticos, los bienes de la cultura humanista y la vida de los sentimientos. De ahí que a la par con la producción de cosas se hayan producido fracasos en serie.

En realidad el hombre ha liberado unas fuerzas que en medios casos escapan a su dirección y control. Lo que ha logrado con la ayuda de la ciencia contribuye en gran medida para la frustración, la explotación, la división y hasta la destrucción de él mismo y de los pueblos.

Se vive una época de grandes convulsiones morales que tocan todos los órdenes de la existencia humana, que trastornan y desvirtúan el campo del espíritu generando una confusión de ideas y valores. En la obra *Hacia el Nuevo Humanismo* se plantea que:

La civilización se rige por los valores materiales y parece no importarle los valores humanos. Su tipo representativo es la sociedad burguesa. Tras un esfuerzo secular la inteligencia llegó a crear una admirable técnica sin precedentes en la historia. Y ha sido tan desproporcionado el crecimiento y tan maravillosos los resultados que bien pronto su creador los elevó, de medios que eran a la categoría de fines. Todas las actividades de la vida y la cultura han sufrido a causa de este equivoco (Ramos, 1962: 81).

El siglo XXI es fiduciario de esta crisis de valores humanos que se refleja en una despersonalización y una deshumanización. Los momentos en que el hombre se encuentra tan imbuido y ocupado por el mundo de la técnica que crea hace que pierda la perspectiva de cuanto falta o pueda faltar en su sociedad. Vive un proceso de cuantificación y abstractificación mediante la cual se eclipsan las relaciones con la concreción y singularidad de las personas y de las cosas (Fromm, 1972).

El modelo de identidad que la sociedad mundial ofrece es un modelo consumidor-reproductor en el que el hombre responde con una función de consumo, pero no de producción. Con este modelo de identidad, la sociedad actual proyecta una imagen que la caracteriza por ser una sociedad que evoluciona a ritmo acelerado, que es pragmática, materialista y mercantilista. Una sociedad que no tiene un sentido de la trascendencia, que guarda una preocupación desmesurada por el culto a la imagen y en la que la publicidad no establece una diferencia entre lo bueno y lo malo.

Es una crisis de valores humanos, reflejo de la “desorientación y el vacío” (Gil, 1998: 29), de los últimos años. Para algunos filósofos es una manera de emplazar la realidad y la vida en la que resalta el individualismo, la falta de utopía, el pensamiento débil y la exclusión de las normas y valores. Un individualismo por el que el hombre posmoderno desconfía de las instituciones, extralimita su independencia y actúa con indiferencia en las situaciones de la vida colectiva con exclusiva preferencia por la vida privada. El resultado no es otro que el asumir una actitud que conduce a la soledad y a la insolidaridad.

La falta de utopía, como otro modo de concebir la realidad y la vida contribuye a la desconfianza en la factibilidad de cambio y transformación tanto personal como social por lo que se aprovecha el día a día. El pensamiento débil crea en el hombre posmoderno la carencia de conocimientos sistemáticos, de principios y criterios conexiones con el riesgo de concebir el mundo sin sentido y desorientado (Gil, 1998). En cuanto a la exclusión de las normas y los valores, el hombre los ha excluido de su plan de vida para dedicarse a la cultura de la inmediatez y responder a los impulsos ya las pasiones ahondando en la cultura del vacío. Todo esto nos coloca en un presente posmoderno en el cual se cumple con el aniquilamiento de los valores, porque “la subjetividad capitalista lo homogeniza todo” (Guattari, 1991).

Este panorama nada alentador, el siglo XXI y la crisis de valores humanos que corroe la sociedad mundial, necesita cambiar el rumbo: se necesita atizar y mantener viva la llama de la motivación y la buena voluntad humana, de ahí que una estrategia de acción humana trascendente bien puede estar en reconquistar el espíritu corporativo porque fortalecería en la persona su desarrollo y desenvolvimiento personal y social producto de: a. la reflexión profunda de los principios y fundamentos internos de su práctica como ser humano y b. la reflexión sobre las premisas fundamentales acerca de cómo quiere vivir y actuar en cada organización humana a la que pertenece con el propósito de trascender. Es una concepción funcional y trascendente de la vida que necesita que la persona comprenda y practique conceptos tan humanos como: satisfacción, felicidad, sentido y realización.

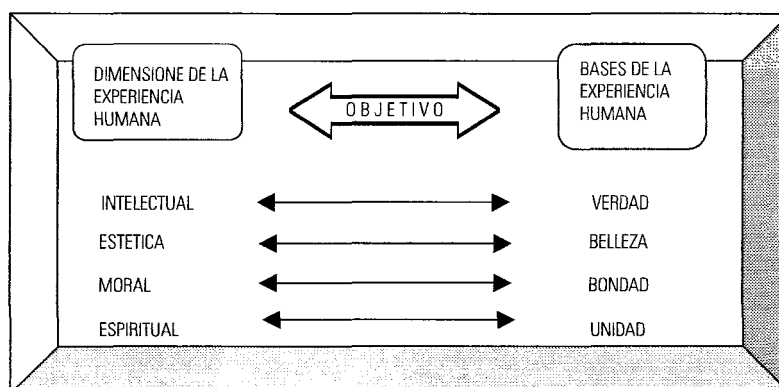
En la persona, este proceso, por ella y con los otros, es un asunto de espíritu corporativo porque puede respaldar la convivencia y el trabajar juntos y organizados con el propósito de desarrollar intereses e inquietudes compartidas, siempre con el mejor esfuerzo consciente para llegar a ser su mejor posibilidad. Aristóteles plantea que:

Si aceptamos ahora que todas las cosas obtienen su forma perfecta cuando se desarrollan en el sentido de su propia excelencia llegamos finalmente a la conclusión de que el bien supremo alcanzable por el hombre consiste en la actividad constante del alma conforme con su excelencia característica; y si hay varias formas de excelencia conforme a las más destacadas y completas (Ética de Nicómaco: 1, 6).

En la necesidad de reconquistar el espíritu corporativo, haría falta un arduo trabajo de educación en valores humanos por parte de la sociedad como un todo; básicamente, para formarlo desde los primeros años de vida del ser humano, el trabajo primario es de los padres y los maestros a quienes convendría reflexionar sobre cuatro cimientos inherentes al espíritu corporativo que son valiosos y universales, a la vez profundos, sencillos, accesibles, adaptables y seguros para producir y mantener los mejores resultados y la excelencia humana sostenible. Sobre esos cuatro principios básicos -la verdad, la belleza, la bondad y la unidad- como de las dimensiones a las que responde cada uno de los mismos, gira el objeto de análisis de la segunda idea puntual con la que se argumenta en este artículo la importancia de reconquistar el espíritu corporativo.

## Las dimensiones de la experiencia humana y cuatro principios básicos para la excelencia humana permanente.

Histórica y culturalmente el ser humano ha tenido cuatro dimensiones básicas para experimentar su cotidianidad en el mundo exterior, con el beneficio de que le sirven para encontrar la felicidad en su vida personal y organizacional desde el momento en que cada dimensión de la experiencia humana tiene una aspiración u objetivo que alcanzar como bases para la excelencia. De ahí que la dimensión intelectual tiene como objetivo alcanzar la verdad, la dimensión estética alcanzar la belleza, la dimensión moral alcanzar la bondad y la dimensión espiritual alcanzar la unidad. Como se observa en el siguiente gráfico:



Diseño: La autora del artículo.

Fuente: T. Morris (1998:37) Si Aristóteles Dirigiera General Motor.

Redescubrir en estos tiempos el potencial que guardan las cuatro universales dimensiones de la experiencia humana de conformidad con cuatro bases para la excelencia humana asegurarían en la “Persona” que es: libertad, creación, historia, compromiso, vocación y trascendencia (Lacroix, 1981), la satisfacción individual en interrelación con los demás, producto del florecimiento de la actitud vital y permanente que encarna el espíritu corporativo.

Previo al análisis de cada una de las dimensiones de la experiencia humana y sus correspondientes bases o aspiraciones para lograr la excelencia, es conveniente precisar la interrelación existente entre la felicidad y estas cuatro dimensiones con las que cuenta el ser humano para aprehender la existencia con miras a la prosperidad humana, considerando el apoyo de la Ética de Nicomaco “el libro de moral más importante de la antigüedad” a decir de J. L. Aranguren (1998:375) o la exposición más reflexiva y completa del pensamiento ético de Aristóteles (Montoya, 1988).

La felicidad como aspiración de todos se convierte en la búsqueda humana universal y se puede decir que es el centro de la motivación humana. Por costumbre el hombre siempre ha buscado la felicidad en todas las acciones de su vida y en cada momento histórico de su existencia. El padre de familia, el educador, el comerciante, el empleado, el ama de casa, todos desean la felicidad a través de lo que hacen.

Respecto a lo que es la felicidad, mucho de lo esencial viene del pasado, de los grandes estudiosos que han filosofado sobre el significado de ésta, y de la cual hasta el presente se coincide en tres ideas básicas sobre el tema de la felicidad: la felicidad como placer, la felicidad como paz personal y la felicidad como acción.

De manera, que para unos la felicidad se concreta en la cosmovisión de un materialismo desenfrenado; para otros es la calma y la tranquilidad personal que inmoviliza. Y por otro lado están los que persiguen la felicidad a través de una dosis de sosiego y paz interior, pero con la acción y el esfuerzo por tareas con sentido. En última instancia, la decisión de buscar la felicidad de uno u otro modo dependerá de la visión que cada cual tenga, de la propia cosmovisión con que cada personajuzgue su conducta humana y valore las cosas. Aristóteles plantea que:

Cuál es el bien supremo entre todos aquellos que podemos alcanzar por medio de la acción. Casi todo el mundo está de acuerdo en cuanto a su nombre, pues tanto la gente como las personas cultivadas dicen que es la felicidad, y admiten que vivir bien y obrar bien es lo mismo que ser feliz. Pero acerca de qué es la felicidad, dudan y no lo explican del mismo modo el vulgo y los sabios (Ética de Nicomaco, I,2,1095a 14-12).

La ética Aristotélica establece que la tarea esencial consiste en delinear un modo de vida del cual el hombre puede razonablemente esperar que lo encamine a la felicidad en consideración a ciertos presupuestos acerca de la naturaleza humana. En este sentido, felicidad como bien supremo del hombre es una consideración de corte lingüístico que establece Aristóteles como punto de partida del concepto, por cuanto, en la realidad, el pensamiento puede elaborar criterios íntimamente ligados a la condición humana que permitan razonar la felicidad como placer, como actividad mental, como riqueza, etc.

Lo que el argumento Aristotélico plantea como una búsqueda de coincidencia conceptual, es que existen determinadas particularidades de la vida y de la acción humana que todos los hombres estarían dispuestos a buscar ya ejercitarse en ellas porque le producen satisfacción. Se trata de ciertas capacidades específicamente humanas que tienen su origen en la razón. Por lo que Aristóteles dice:

Buscamos, pues, aquello que es propio solo del hombre. Hay que dejar de lado, por tanto, la vida, en cuanto es nutrición y crecimiento puesto que es propia también de las plantas]. Vendría después la vida en cuanto sensación sin embargo, la compartimos también con el caballo, el buey y cualquier otro ser viviente. Así que solo queda, finalmente, la vida en cuanto actividad de la parte racional del alma (Ética de Nicomaco, I,6).

El hombre tiene una función que le es propia como también la tienen todas las cosas; en el hombre, esa función es lo privativo del ser humano: un esfuerzo consciente hacia cierto tipo de vida activa, propia, para llegar hacer su mejor posibilidad y le conduce a la satisfacción. “Lo que está más íntimamente relacionado con la experiencia más completa del ser no es lo que se tiene, sino lo que se hace” (Morris, 1997: 33).

Estamos en presencia de lo que se identifica con el ser, las actividades especiales, naturales y espontáneas que responden al cumplimiento y la adquisición de las excelencias características de lo humano. Es lo que funciona cuando se participa en una actividad que merece respeto, porque es digna, se actúa con los mejores esfuerzos y conocimientos con la posibilidad de sentir satisfacción, por lo tanto, es concebible lograr la felicidad.

La conexión entre el logro de la felicidad y las dimensiones de la experiencia humana se da en que, a pesar de que las formas de satisfacción humana son diferentes, hay una unidad básica bajo la aparente diversidad que se representa en estas dimensiones mediante las cuales la persona puede experimentar felicidad. Ellas encarnan el marco existencial principal bajo la

diversidad evidente de la vida humana: la dimensión intelectual, la dimensión estética, la dimensión moral y la dimensión espiritual.

Las cuatro dimensiones de la experiencia humana en las que la persona tiene las formas básicas de experimentar la vida en el mundo exterior ya que todos los actos humanos reflejan estas cuatro dimensiones y todos los sentidos participan en estas cuatro maneras de aprehender la existencia con el fin de alcanzar el objetivo de valor trascendente que cada una de éstas aspira; su práctica permanente señala una vía segura para la mejor relación con los demás y la posibilidad de lograr la satisfacción personal en el marco de la actitud vital que guarda el espíritu corporativo.

De seguida la explicación de los rasgos generales e interrelación entre las cuatro dimensiones de la experiencia humana y las cuatro bases para la satisfacción humana duradera:

### **La Dimensión Intelectual y la Verdad**

La dimensión intelectual es la primera de las dimensiones de la experiencia humana y su objetivo primordial es aspirar a la verdad entendida como “esa delimitación de la realidad que corresponde a la manera como son las cosas,... es la relación de exactitud que existe entre un buen mapa y el territorio que representa” (Morris, 1998: 41) Referirse a la dimensión intelectual no alude a la educación formal que se tenga o la descripción de la ocupación en el trabajo, o lugar en la familia; más bien se refiere a las ideas que nutren a la mente, es la dimensión intelectual de la experiencia de cada uno de los seres humanos. De ahí que lo importante radica en que las ideas con las que se comunican las personas entre sí se digan con verdad porque los seres humanos necesitan de la verdad para avanzar y progresar de manera firme y segura ante las dificultades que se le presentan.

Desde la constitución de la filosofía que fue una innovación racional para cubrir una aspiración propia con la naturaleza del hombre, se habla de buscar el saber por la voluntad de superar la ignorancia, que es también voluntad de saber y de verdad, de saber más y mejor (Montoya y Conili, 1998). El conocimiento es la posesión de ese saber y la verdad es lo que aporta dicho saber; por eso es indispensable el conocimiento real en toda interrelación humana para discutir sobre las necesidades de los hijos, de los alumnos, de los clientes; comprender las competencias de los que viven o trabajan con objetivos e intereses compartidos o saber como beneficiarse de la experiencia de otros para hacer el bien.

Cuando se conoce la verdad que potencialmente tiene el saber particular de algo y en la acción humana convergen lo que se habla con aquello que se piensa respecto a ese saber particular, se está en presencia de la verdad moral que es la verdad a la que se refiere este aparte.

La verdad en el orden moral es un acto de veracidad y en el contexto de la ética la veracidad “no se reduce a actos aislados sino que entrarían una actitud permanente que se traduce en un hábito impulsado por el imperativo del deber. . . el cual exige: buscar, pensar, decir y hacer la verdad” (Sánchez, 1995: 210). Lo que vale en el terreno de la moral es la voluntad de la verdad (intención de verdad), que la persona practique como un hábito la verdad, que viva en la verdad.

La verdad es importante para las buenas relaciones personales y aquellos que la practican aprecian su alcance; es importante, poderosa y necesaria en cualquier acción corporativa y se cultiva un ambiente donde no se teme decir la verdad existe mayor posibilidad para que las relaciones se manejen con éxito.

Es preciso que al ser humano, desde niño, se le brinden las herramientas necesarias para sentar las bases de la responsabilidad moral, como vía segura para vivir en la verdad. Asumir la

verdad como un valor para la vida práctica hace viable el espíritu de cooperación entre los que trabajan o viven juntos y entre los demás relacionados con la organización familiar, social, empresarial o política a la que pertenezcan. La identificación plena con la verdad, compartirla y transmitirla posibilita recibirla en la misma dirección, a través de ella se estrechan los vínculos de confianza y excelencia.

### **La dimensión estética y la belleza**

En el contexto de la filosofía, la Estética es una rama práctica que le sirve para investigar y conocer todo acerca de la Belleza y el Arte. Como dimensión de la experiencia humana ofrece a la persona otra oportunidad de aprehender su existencia en la vida diaria; además, es otra manera de realización moral y otro modo de lograr satisfacción y felicidad con el conocimiento y actitud permanente hacia la belleza.

La dimensión estética aspira a la belleza como la cualidad más importante y relevante para el espíritu humano. En primer término porque la belleza libera el espíritu, lo restablece y da fortaleza e inspiración a la persona. Es el resultado de la experiencia de escenarios dotados de ambientes tranquilos y acogedores, ubicados, bien sea en el hogar, en la escuela o en otros sitios de trabajo, que facilitan a todos aquellos que viven o trabajan juntos las condiciones requeridas para propiciar la disposición a participar o a trabajar con entusiasmo.

En la práctica se observa que cuando se actúa con sentido de belleza pueden conseguirse ambientes serenos y limpios que inviten a la hospitalidad y a la protección, que además sirvan de atmósfera propicia para ayudar, por ejemplo, en la discusión de problemas familiares y al logro positivo de sus resultados. Lo mismo puede ocurrir en la escuela para el equilibrio, estabilidad y armonía en las relaciones entre docentes y alumnos o de apoyo al contexto ambiental en el que se comunican los contenidos de la enseñanza.

Esta práctica se extiende a las organizaciones empresariales y de gremios profesionales, como también a los grupos políticos entre los que es común la realización de convenciones en sitios alejados y rodeados de bellezas naturales. En el trabajo los escenarios acogedores y relajados, además de aportar las condiciones estéticas adecuadas a un entorno laboral agradable y efectivo, favorecen a los trabajadores quienes comparten más horas en su sitio de trabajo que en sus propias hogares.

En este aspecto hay muchos ejemplos significativos de empresas venezolanas y extranjeras que aplican la belleza en el sitio de trabajo; no importan sus nombres, pero resultaría ilustrativa la experiencia del dueño de una reconocida fábrica de muebles cuyas creencias filosóficas para el negocio se fundamentaban en que todos sus diseños por muy simples que fuesen debían tener en cuenta aspectos prácticos y espirituales para experimentar los niveles más altos de felicidad y excelencia en el trabajo. El testimonio de uno de los ejecutivos de la empresa condensa la filosofía del dueño en los siguientes términos:

El hecho de cómo se siente la gente respecto a su lugar de trabajo afecta a su moral ya su productividad. Si concebimos los complejos industriales o de oficinas como estructuras grandes, monótonas, no alimentaremos el espíritu humano. Lo apropiado es hacer más brillante la experiencia humana y mejorar la apariencia del lugar de trabajo. Este debe expresar alegría y encarnar entusiasmo (Miller Business Systems and Business Interiors).



Conocer y aplicar la belleza no sólo se refiere a escenarios acogedores y relajados; también la belleza puede beneficiar la actitud humana desde el momento en que activa las energías de la vida creativa; cuando, por ejemplo, se resuelven problemas de manera elegante, cuando los consejos que se dan entre las personas son congruentes con la acción, cuando se diseñan y producen productos de calidad, cuando la empresa brinda al público un servicio que convence o cuando se valora el trabajo de otras personas.

Emplear la belleza en el logro de la efectividad familiar con sentido de amor creativo permitiría “ la construcción creativa de estructuras nuevas, nuevas posibilidades para nuestro mundo que estén arraigadas en el amor, un interés por la dignidad y la integridad y el valor de otros en esta vida” (Monis, 1998: 122). De manera que la belleza como amor creativo y aplicada en pro de la efectividad familiar contribuiría para que la familia, entre otros principios, “valorara el crecimiento y el desarrollo integral de todos sus miembros como personas, enseñara a cada uno de sus miembros a definir una filosofía de vida propia, propiciara el trabajo en equipos y educara a sus integrantes a desarrollar una conciencia ecológica de integración responsable” (Barroso, 1997: 206).

La vida del día a día tiene muchos y variados momentos en que se puede aplicar la belleza como base de la excelencia humana para experimentar en la cotidianidad la dimensión estética.

Con esta, se van integrando elementos necesarios para fundamentar el espíritu corporativo, de manera que la verdad y la belleza se fusionan por que no se puede ver la belleza sino hay verdad en el planteamiento de las ideas.

### **La dimensión moral y la bondad**

La tercera dimensión universal de la experiencia humana es la moral que aspira a la bondad. Con ésta se engrandece la posibilidad de experimentar la vida práctica, no sólo con alcanzar y vivir con verdad y con belleza, sino también con bondad. Ética y bondad se relacionan. La Ética existe para que la persona pueda realizarse en la vida; es un saber para actuar porque se rige por la razón y solo cumple su finalidad cuando se representa en la conducta humana. Por lo tanto, aprender Ética es aprender la vida correctamente, es ejecutar actos humanos con bondad, actuar con recta razón y con plena identificación con las exigencias de la naturaleza humana; sólo así se puede decir, que la conducta humana tiene un valor moral positivo. “Los actos humanos acordes con la naturaleza humana, al estar de acuerdo con la recta razón, adquieren un valor definitivo, absoluto, universal. Esta es la esencia o estructura íntima del valor moral (De Finance, 1967: 180-184).

Cuando los seres humanos actúan con bondad moral, sus intenciones, relaciones y decisiones se materializan en actos humanos saludables, armónicos y prósperos que contribuyen a la realización del hombre tanto en su vida personal como en la social y donde se utiliza el sentido de cordialidad, afecto, interés, importancia, atención, respeto, honor, sensibilidad y cortesía, etc. Para H. A. Overstreet la bondad es una forma especial de verdad. Es la verdad y la belleza en la conducta humana (Morris, 1997:144).

De manera, que si actuar con bondad en la vida es necesario e importante para fortalecer el espíritu de cooperación entre los que trabajan juntos con objetivos compartidos y ayudar en el crecimiento y florecimiento humano, debe ser, también motivo de reflexión reconquistar esa fuente de actitud vital positiva y trascendente en perfecta comunión con la verdad y la belleza.

## **La dimensión espiritual y la unidad**

Finalmente se llega a la cuarta dimensión universal de la experiencia humana: la dimensión espiritual, ese aspecto de la naturaleza humana que aspira a la unidad. De lo que se trata en este aparte es de unidad espiritual que sirve de engranaje de las otras tres aspiraciones de la excelencia humana permanente.

Todas las personas tienen necesidades espirituales que deben ser satisfechas y el momento preciso para lograrlas es hacerlas prácticas a través del rol o los roles que les corresponde desempeñar en la vida; de lo contrario no tendrá sentido lo que se hace. Cuando el ser humano aspira a la unidad como excelencia permanente de vida necesariamente es porque ha desarrollado una profundidad espiritual que le permite entender la importancia real de eso que desempeña, que además logra comunicarlo a otros que sienten que les están aportando algo.

Hay que especificar que el espíritu, la espiritualidad y lo espiritual, nada tiene que ver con creencias religiosas; de lo que se trata es de una dimensión espiritual que tienen los seres humanos. Según Tom Monis:

Todos tenemos una dimensión espiritual en nuestra vida, sea cual sea nuestra orientación religiosa incluso sea cual sea la opinión que tengamos de nosotros mismos como seres religiosos. Baptistas del sur, presbiterianos, católicos, judíos, hindúes o musulmanes, así como agnósticos y ateos, comparten todos una dimensión espiritual de su experiencia, tanto si la reconocen como tal como si no (1998: 210).

El sentido profundo de la espiritualidad tiene que ver con la noción de persona moral; para Antonio Caso la “Persona significa el hombre entendido como ser espiritual “creador de valores”, el ser dotado de capacidad consciente, inteligente y libre para desarrollarse y transformarse” (Escobar, 1992:156). De manera que referirse a espiritualidad significa que le son propias dos cualidades sumamente importantes para la trascendencia humana como son: la profundidad y la conectividad.

Mientras el desarrollo espiritual de una persona esté más arraigado, más oportunidad tiene de percibir con profundidad el sentido y el significado de las cosas, y más fácil le resultará sustraer la superficialidad de todo cuanto le rodea. Por el contrario, la falta de desarrollo espiritual no permite distinguir lo que verdaderamente eleva como ser humano; más bien, se abona el terreno para que se viva en un mundo de sombras que se confunden con la realidad, al igual que en la alegoría de la caverna según la cosmovisión Platónica (Libro VII de la República) los seres humanos viven prisioneros y atrapados en su propia cueva y persisten en tomar sombras por realidades, sin poder construir las relaciones necesarias para encontrar la salida y darle sentido y significado lo que tienen y hacen.

El sentido de espiritualidad que puede tener el padre de familia, el maestro, el empresario, el empleado se debe a un estado de profundidad para entender lo que está bajo la superficie. Es conectarse con una fuente de energía personal y esperanza positiva que sólo se consigue cuando percibe y entiende el verdadero sentido y significado de las cosas. Esta energía positiva en las personas “ es como un campo de energía o un aura que las rodea y, de la misma forma carga o cambia los campos de energía más débiles o negativos que se hallan a su alrededor” (S. Covey, 1997:39).

La profundidad espiritual” es la capacidad de cada cual de ver y hacer el trabajo real de un modo que normalmente no se refleja en la descripción oficial de las funciones. Y es la

capacidad de enseñar a otros esta profundidad extra que, de otro modo, quizá no se sepan percibir” (Morris, 1998: 214). El docente, por ejemplo, tiene la obligación de asistir, proteger y orientar al niño en su crecimiento, desarrollo y experiencias socio-educativas de acuerdo a la edad, según el espíritu del Artículo No. 17 de la Ley Orgánica de Educación venezolana vigente (julio 1980), pero el docente entenderá el real sentido y significado de esta obligación si tiene profundidad espiritual, porque es capaz de actuar más allá del potencial mismo que encierra cada una de las tareas que le demanda su profesión, por que no sólo ve lo profundo de éstas, sino que las vive y permite que otros lo entiendan.

La otra cualidad de la espiritualidad es la conectividad. Tiene que ver con la coherencia que tenga la persona entre sus pensamientos y sus acciones, entre sus creencias y sus emociones, entre ella y las otras personas, entre los seres humanos y el resto de la naturaleza, es decir, una coherencia ilimitada que le da el sentido de unidad.

Ser coherente, por analogía, es ser disciplinado, leal, íntegro, tenaz, cumplido, valiente, consistente, tener convicción y ser sincero. Asimismo, la conectividad que adquiere la persona por su conducta coherente lo conduce a la credibilidad, uno de los valores más importantes en el comportamiento personal, tan difícil de practicar y mantener en estos tiempos de crisis de valores humanos.

Analizado en el contexto del modelo de la Gestalt, la conectividad espiritual supone la unidad interna del yo, más no su fragmentación. Con la finalidad de que sé de un equilibrio entre la salud física, mental y espiritual producto de una coherencia interna. En este sentido Viktor F'rankl explica que:

Se multiplican los signos de que el complejo de vacuidad adquiere una creciente difusión. Su presencia es hoy atestiguada también por los Colegas consagrados exclusivamente al ámbito psicoanalítico, incluidos los del campo marxista. Así, en un reciente encuentro internacional de psicoanalistas freudianos, todos ellos estuvieron de acuerdos en destacar que hoy en día se ven cada vez más confrontados con pacientes cuyas dificultades dimanar esencialmente de un sentimiento de inconsistencia total que corroe sus vidas (en Aguilar 1999:31).

Lo que conduce a concretar de que el sentido de unidad espiritual es relación permanente para actuar con verdad, con belleza y con bondad.

En síntesis, las ideas que nutren el tema central de este artículo: La reconquista del espíritu corporativo, quedan planteadas con el propósito de motivar a las personas para que experimenten la necesidad, no solo de existir, también de trascender organizada- mente y en interrelación con los demás de su entorno, en el sentido de una dinámica de sistemas, como bien lo interpreta Fritjof Capra:

Lo que sobrevive es el organismo en su entorno. Un organismo que sólo piensa desde el punto de vista de su propia supervivencia destruirá inevitablemente su entorno y, como estamos aprendiendo por nuestras amargas experiencias, también se destruirá a sí mismo. Desde el punto de vista integral, la unidad de supervivencia no es en absoluto una entidad, sino un modelo de organización adoptado por un organismo en sus interacciones con su entorno (1996: 336).

En todo caso, si el objetivo real es reconquistar el espíritu corporativo se deben considerar: a. La necesidad de educar y formar para la actitud vital de la persona que busca mantener viva la motivación y la buena voluntad humana b. Reconocer una realidad que hereda el siglo )OU, como es la crisis de valores humanos que avasalla al hombre de hoy. Enfrentar cada una de sus causas y buscar salidas organizadas c. Redescubrir el potencial que tiene la

unidad básica y existencial definida por las cuatro dimensiones de la experiencia humana cuyo objetivo es facilitar a la persona el conocimiento y la práctica de la realidad cotidiana en el mundo exterior. La dimensión intelectual, la dimensión estética, la dimensión moral y la dimensión espiritual, cohesionadas cada una a su máxima aspiración para que la persona encuentre satisfacción actuando con verdad, con belleza, con bondad y con unidad espiritual. Y d. Sólo queda asumir el reto.

#### Bibliografía

- (1981). *Ética a Nicómaco*. Edición bilingüe y traducción por M. Araujo y J. Marías. Centro de Estudios Constitucionales. Madrid.
- ARANGUREN, José Luis (1998). *Ética*. Ediciones Revista de Occidente. México.
- AGUILAR, Alfonso Silicio (1999). *Líderes para el siglo XXI*. Mc Graw Hill. Mexico.
- BARROSO, Manuel (1997). *La Experiencia de ser familia*. Editorial Pomaire. Caracas, Venezuela.
- COVEY, Stephen R. (1997). *El Liderazgo centrado en principios*. Edintomo. Piados. España.
- DELIBES, M. (1989). *Un mundo que agoniza*. Plaza y Janés. Madrid.
- De FINANCE, J. (1967). *Ensayo sobre el obrar humano*. Gredos. Madrid.
- ESCOBAR, G. (1992). *Ética*. Mc. Graw Hill. Mexico.
- FRITJOF, Capra (1996). *El Punto Crucial*. Editorial Estaciones. Argentina.
- FROMM, Erich (1992). *Psicoanálisis de la Sociedad Contemporánea*. Fondo de cultura Económica. México.
- GIL, R. (1998). *Valores Humanos y Desarrollo Personal*. Editorial Es—cuela Española. Madrid.
- LACROIX, J. (1981). *Le Personnalisme (Sources, Fondements, Actuaxtenciai lite)*. Chronique Sociale. Lyon.
- LEY ORGANICA DE EDUCACIÓN (1980). Paz Pérez, c. A. Caracas.
- MORRIS, Tom (1998). *Si Aristóteles dirigiera General Motor*. Editorial Planeta. Colombia.
- Samuel (1992). *Hacia un Nuevo Humanismo*. Fondo de Cultuicuentrera Económica. México.
- SÁNCHEZ VAZQUEZ, Adolfo. *Étlca*. Editorial Grijalbo. México.