

Debemos aprender de los sabios

¿Puede el pasado servirnos de experiencia y aprendizaje para el futuro? Patricia Cánepa Cori, consultora senior de DBM Perú, considera que tenemos mucho por aprender.

Uno aprende mucho de la historia, los clásicos y los filósofos.

Como ejecutivos, podríamos aprovechar más la sabiduría de quienes trascienden en el tiempo para complementar nuestra experiencia laboral y el aprendizaje académico.

Pero, además, para mejorar nuestro marketing personal a través de lo que de-

cimos, cómo nos expresamos y en nuestra búsqueda de la felicidad personal y profesional.

*** Lo clásico perdura,** precisamente porque parte de observaciones, costumbres y aprendizajes que se basan en fundamentos de la naturaleza humana con los cuales nos podemos identificar fácilmente.

*** Por ejemplo, Aristóteles decía:** "El sabio no dice todo lo que piensa, pero siempre piensa todo lo que dice".

¿Cuántas veces hemos hablado sin medir el impacto de nuestras palabras?

¿Cuántas veces nos hemos arrepentido de decir algo? Si queremos ser mejores, tenemos que aprender a ser más "sabios".

*** Cuando Aristóteles observaba que** "el ignorante afirma, el sabio duda y reflexiona", se refería a costumbres que también son válidas hoy. ¿Cuántas veces hemos pecado de afirmar algo, sin dudarlo por un momento, sin reflexionar, seguros de que éramos dueños de la verdad?

Todos buscamos la felicidad, pero ¿cuántos estamos dispuestos a trabajar para conseguirla?

Como sugería Aristóteles, "la felicidad no es un efecto del azar, sino un don de los dioses y el resultado de nuestros esfuerzos".

Sea la felicidad laboral, emocional o amorosa la que buscamos, habría que preguntarnos ¿qué esfuerzos hemos hecho últimamente para encontrarla?

El cuidar lo que uno dice, cómo se expresa y ser feliz, tiene mucho que ver con nuestro marketing personal.