



Roberto García Casado
Director de Casado & López Consulting.
www.cilconsulting.com

MANAGEMENT

Amor y Deseo

Una empresa. Una empresa cualquiera en un momento cualquiera respira el aroma secreto de las personas que la han amado (y odiado) y la han habitado y cohabitan. Bajo sus columnas se diseñan flujos, funciones, y existen cicatrices, palpitan formas de hacer que morigeran a sus integrantes.

No cabe duda que el amante empresarial, aun en su inspirada dulzura pero en su expresión más entregante, precisa de la victoria, concluir en saqueo y aniquilación del contrario. Cuando menos ama las hogueras. Instintivamente elimina el azar, y deja las ruinas de la derrota tan calcinadas que los límites ya no los marca el deseo sino la nostalgia y el saqueo de la memoria. Así los líderes se significan y encuentran la satisfacción de accionistas y la experiencia orgásmica en sus moradores.

Esa expresión precisa igualmente de otro tipo de victorias, en ocasiones el pagano sacrificio de raptar al trabajador de su entendimiento. Eternizar para sí el talento, unión emocional sin adulterio, y ausencia de peregrinación al sepulcro del amante desleal que se va (forzado o no). La belleza de la magia entra en la categoría de los mitos, y estos el líder y sus acólitos los transfieren en relatos de valores y competencias. Las empresas que se mantienen fieles a su deseo, desnudas de adornos corrosivos, precisan de líderes con vocación, tenaces, humildes, y llenos de

respeto (respicere = mirar, tal como es) vienen a obligarse a ver la persona en su individualidad y ayudarla a evolucionar, y ¿acaso en el mundo empresarial usurparla de otras posibilidades fuera? Una experiencia de comunión, sin duda. Ocuparse en crear vínculos emocionales y de intimidad con quien está a su lado.

En todo deseo amoroso empresarial los neófitos inteligentes que acceden a la empresa asumen la piratería sentimental con actitud ladina. Entienden que animales más pesados destruyen a veces sin querer la atemporalidad de los lazos afectivos existentes, sistema de creencias, las costumbres, memoria y clima. Respira ahí el alma entusiasta de un trabajador engaged al que todo equipo de dirección desea. Como amados, lo que oímos, lo que vemos alrededor, nos configura y nos orienta a pensar, a actuar en una misma dirección. Es como si fuéramos lo que los demás ven, nos dicen sobre nosotros mismos; es como si fuéramos el misterio. El buen amante da sin reglas de equidad, no espera nada a

cambio, no es perezoso ni consentidor, es íntegro y valiente. Los malos amantes solo muestran la sensualidad en el intercambio y simultáneamente se erigen en sacerdotes, coro y fieles; su tentación nunca se ve recompensada ni con el sacrificio. Tutor o mentor que conspira para calcar en su pupilo un sello de pertenencia y reconocimiento, como un débito no sólo a la empresa. ¿Amor o máscara?

El mundo empresarial en general cuanta con más rasgos onanistas; encuentra el delirio en la reciprocidad, y en la mayor ganancia el pasmo. El onanista emplea la sugestión, la propaganda, la formación y

mentorización, como un rito en la medida que le satisface a él primero y a los intereses organizacionales después. El amante eterniza, no tiene en cuenta la pagana fama, es exclusivo y siente la satisfacción del amante/amado en la intimidad y en su expansión; trasciende el animismo.

Por otra parte, muchos habitantes de cualquier empresa tienen una personalidad deseante que busca "compromisos sin vínculos", hábiles en la elección de las afiliaciones pero libres de lazos (idea expresada por Remo Bodei), como el amante pajizo, donde su recompensa no es más que el aislamiento, el engaño o la huída. Una personalidad incontinente en cuanto se basta con sus propios deseos coincidentes en momentos con los deseos organizacionales, pero una vez que vuela pierde la elegancia en pos de sus fines. Uno puede escapar del fuego, sí; y el criterio de la conciencia se limpia contando una nueva historia.

De igual modo en las organizaciones y marcas. Las gulas de hoy en día casi siempre se lla-

man ONGs, Greenpeace, cenas solidarias, donaciones a la comunidad o a Cáritas, una bonita nota en prensa: así compramos la salvación de todos nuestros errores, debilidades y pecados. Nos inventamos la transparencia y la RSC, por ejemplo. Un nuevo cuento en definitiva.

Si solo existieran los onanistas en las empresas, ¿podríamos confirmar que la empresa en sí no existe? Quizás más bien se rehaga en sus deseos (nuevos), se fundan y reconstruyan. Una organización como el Vaticano, con una brillante historia de amantes, desfalcos, asesinatos, pederastia,... quizás no sea más que el anticipo de la gloria, consagración de lo efímero y lo eterno, pero muestra entrañable de la pasión por las empresas malditas, capaz de reescribirse y levantarse, capaz de aportar compasión, traiciones y amor. Ambivalencia, caos, y la necesaria incoherencia para sobrevivir. ¡El alma!

El delito de la empresa amante fiel es el asesinato o el suicidio, parece cierto; pero al delincuente se le perdona, aunque el olvido no siempre le da la mano. La empresa irresistible es un club para otros amantes, después de la admiración, la confianza entregada, la pasable coherencia, las organizaciones deseantes buscan más aún la proximidad, el respeto, y algunas otras claves donde el liderazgo y el autoliderazgo tienen su onda expansiva. ■

Las organizaciones deseantes buscan más aún la proximidad, el respeto y claves donde el liderazgo tienen su onda expansiva