

El yo-empresa como estilo de vida

Copio unas líneas del artículo de Luis Huete, profesor de IESE, titulado Profesionales con Marca Propia (Expansión, 24 de mayo de 2008): “Lo que de verdad marca la diferencia son las ganas de aprender, el cultivo de las buenas ideas... y, sobre todo, la habilidad de venderse bien”;... “Cualquiera de nosotros debe hacer su marca personal para vender, para expresar su identidad...”. Y continúa: “...ayer había nobles y plebeyos, después patronos y obreros, y mañana lo que habrá serán personas con marca y personas sin marca”. Por tanto, o estoy siempre a la que salga o me espera una vida, porque me lo he buscado, gris. Con este artículo, parece promocionar su libro “Construye Tu Sueño”, cuyo título expresa mucho también. O también, Profesionales con Marca Personal (Cinco Días, 2 de marzo de 2005), donde su autora, Patricia Colino, afirma que "conviene, además, tejer una buena red de contactos y no aislar el trabajo del ocio, de manera que la vida social se convierta en una herramienta de apoyo profesional (reuniones con colegas, cenas de empresa o asociaciones)." -----

Todo hay que decirlo, Luis Huete es experto en calidad de servicio con obras técnicas de interés. Pero en esto del cultivo de las actitudes, como otros autores, da para mucha reflexión. Lo que cuentan estos artículos no es nuevo. De “el tiempo es oro” de Benjamin Franklin a la gente efectiva de Stephen Covey, pasando por el liberalismo de inspiración puritana... Consecuencias: obsesión por la alerta permanente, para superarse en no se sabe muy bien qué, presión constante, entender la vida en términos de trabajo, individualidad (estamos solos y somos impotentes para cambiar la naturaleza del mundo, siglo a siglo, pero podemos cambiarnos nosotros)...

Una falacia: las personas, siguiendo este patrón actitudinal, poseen la capacidad para superarse. ¿Y si no se superan? Es que no tuvieron suficiente fe... en sí mismos o es que no lo merecían. La culpa era suya. El empleado despedido, que se crea estas cosas, se preguntará ¿en qué he fallado a la empresa y a mi mismo? El que no se las crea buscará en lo suyo y más allá; en decisiones directivas equivocadas, en formas de hacer de la empresa, etc. Para ser más claro: si enfermamos ya no es una circunstancia más de la vida, es culpa nuestra por no tener los hábitos adecuados: ¿bebíamos? ¿fumábamos? ¿hacíamos deporte? ¿comíamos sano? ¿dormíamos ocho horas? (queda a salvo la única compulsión bien vista: el trabajo de sol a flexo). Como fumador, el ensayista Lipovetsky en El Crepúsculo del Deber, ya calificaba a todo esto como una forma de fascismo “suave”. Pero en los tiempos que corren, qué duda cabe que es una forma de ser que triunfa, más que en la sociedad, en ciertos círculos profesionales; eso no quiere decir que no haya alternativas preferibles para tanta y tanta gente.

En conclusión, en un mundo de tanta presión como el actual, es peligroso vivir la vida como si se fuéramos un escaparate. No sólo hay estilos de vida mucho más aconsejables para la inmensa mayoría de la gente sino que también alguien debería estudiar críticamente toda esta literatura del llamado en inglés "personal branding" (al parecer el término lo acuñó Tom Peters en un artículo publicado en Fast Company) o, en español, “desarrollo personal”; o, más agresivamente, “marketing personal”;, etc. tan del gusto de muchos directivos y de consejeros de recursos humanos.