

## Felicidad de altos vuelos

**SONIA ARRIBAS**

Si juzgásemos el ánimo del mundo de las finanzas por los libros que se venden en aeropuertos y salas VIP, habría que deducir que empresarios y managers pasan por una crisis existencial de altura. Pues, ¿cómo se explica tanto libro destinado a curarles de la infelicidad?



AYUDA NEOLIBERAL. Los best sellers de autoayuda aconsejan a los directivos sobre cómo sobrevivir en un mercado cambiante.

Un paseo por el quiosco del nuevo Barajas nos lleva al corazón mismo -o, más bien, al corazoncito tierno y frágil, necesitado de ayuda- de nuestros grandes líderes.

Al perplejo empresario de hoy se le ofrecen varias vías de iniciación en el arduo mundo de los negocios. Cualquier género se recicla para cumplir el objetivo. Si le va retroceder a la infancia, cuando mamá le contaba cuentos antes de dormir, puede comprar una de las muchas parábolas de animales, tesoros escondidos, obstáculos y monstruos - metáforas elocuentes de la batalla a librar en el pesado día a día de la competencia, los intercambios y el riesgo. El zenpresario, ideador y campeador de ideadores (así se presenta en la portada) Stuart Avery Gold, por ejemplo, narra en Ping. Una rana en busca de una nueva charca la historia de una ranita que un día se encuentra con que ya no puede hacer lo que más le gusta, dar grandes saltos, porque el agua de su charca se le ha secado. Pero no nos equivoquemos: Ping no es descrito como un simple y simpático anfibio, sino como un héroe mítico, recién salido de la antigüedad, lleno de sabiduría interior, dispuesto a conducir al lector por el recto camino de la verdad, directo a la fuente de su inagotable potencial. Y es que nuestro empresario no se conforma con poco.

Ya dijo Walter Benjamin que los cuentos fueron antaño condensaciones de la experiencia transmitida de generación en generación. Hoy quienes más anhelan la preciosa relación que en tiempos se establecía entre maestro y discípulo son los consultores y los publicistas. Juan Mateo Díaz, consultor de Arthur Andersen, Coopers & Lybrand, Ernst & Young (¿no irradian estos nombres un aura mágico?) ilustra didácticamente en Cuentos que mi jefe nunca me contó que el liderazgo ha de reposar sobre la responsabilidad y la libertad, sobre la irrepetible singularidad del ser humano, sobre valores edificantes e innegociables. Ésa y no otra es la moral que se aprende de los grandes maestros de las finanzas.

### **Aportes científicos**

Pero si a alguien le parece que los cuentos son al fin y al cabo cosas de críos y prefiere optar por lo que ciencia más avanzada tiene que decir sobre el éxito y la felicidad, que se embarque entonces en El viaje a la felicidad. Las nuevas claves científicas, de Eduardo Punset. Una mezcla de humanismo, cientifismo y años de trabajo en The Economist y el Fondo Monetario Internacional son los ingredientes de los que se nutre el famoso telepolítico para preparar su fórmula. Punset ha aprendido de la ciencia que la felicidad proviene ni más ni menos que de los genes, el cerebro y el corazón. ¿Por qué -se pregunta cándidamente- lanzarse entonces a los señuelos del dinero, del trabajo o la educación? La respuesta la halla en un cóctel formado por dilemas del prisionero aplicados al tuntún, análisis sobre la felicidad producidos, cómo no, en la London School of Economics, y estudios varios sobre la evolución y la psicología del hombre. Todo esto para llegar a decir, en consonancia con las directrices del FMI, que la base de la felicidad hay que buscarla únicamente en las libertades económicas; el resto es, según parece, un mito.

Tómame un café contigo mismo, nos dice con gracia un título; Dios con los cinco sentidos, apunta profanamente otro. También hay Encuentros mágicos, o Sólo los gatos tienen cinco vidas, o No les digas adiós. ¿Qué tal El inconfundible toque de la gracia? Títulos evocadores para ejecutivos de altos vuelos. Pero no conviene olvidarse de los que se ahorran tanta poesía: La buena suerte. Claves de la prosperidad (de los famosos Álex Rovira y Fernando Trías de Bes), o Usted puede ser lo bueno que quiera ser, o ¡Consíguelo! El método de Hollywood para alcanzar el éxito personal y profesional, o Nunca tires la toalla. Cosas que aprendí en publicidad y que, en realidad, valen para (casi) todo en la vida, Dividendos para el alma, Cómo ser un ejecutivo eficaz y mejor persona, Ganar o ¿Quién se ha llevado mi queso? Cómo adaptarnos a un mundo en constante cambio...

En Inteligencia social. La nueva ciencia del éxito de Karl Albrecht los consejos son abrumadores: "Sé auténtico" porque "lo auténtico vende". ¿Y cómo serlo? La receta está lista: lleva la cuenta de las veces en que actúas en contra de tus valores personales, toma nota de las situaciones que te incomodan, redacta una declaración personal de la misión por la que crees que estás en este planeta, escribe cuál es el meollo de tu vida, pégalo luego a la nevera, léelo todos los días y pregúntate: ¿vivo la misión que quiero vivir?

Pero no nos agobiamos con tanta introspección. También es posible buscarse contactos profesionales si las causas son nobles y se tiene buen rollito. Así lo asegura Sonia Fernández en Dos grados: Networking. Cultiva tu red virtual de contactos, donde se conmina a los jóvenes líderes a divertirse, ser corteses y solidarios, porque todo ello contribuye a la promoción y el éxito profesional, no iba a ser para menos. Más datos: nos confiesa que la idea del libro surgió en una comida, celebrada en el Club de Campo junto al prologuista del libro, decano del Instituto de Empresa de Madrid y miembro del World Economic Forum de Davos. Está bien saberlo.

Los hay irónicos (Dr. Montgomery Lee se inventa curriculums y doctorados honoris causa en universidades de prestigio en Ya sé quién tiene mi queso), y los hay clásicos (Thomas Cleary comenta El arte de la guerra de Sun Tzu y dice que el poder tiene un fondo humanista y tao). También los hay que viven de sus artes (Talane Miedaner es coach personal de los ricos -lo cuenta en Coaching para el éxito- y su sabiduría reza así: "contrata a alguien para las tareas domésticas"). Y hay quien se ha tomado en serio aquello que decía Brecht de que el capitalismo es la única fuerza verdaderamente radical: Guy Kawasaki ha redactado unas potentes Reglas para revolucionarios. ¡Ah! También está en marcha, en un modelo de reescritura que descolocaría al mismo Barthes, una versión autoayuda para la empresa del Manifiesto Comunista. Y como en una pescadilla que se muerde la cola, en algún caso parte de los beneficios de la venta están destinados a fundaciones y ONG como África Directo, Intermón-Oxfam, Bill & Melinda Gates...

---

## TENDENCIAS ANGLOSAJONAS

El mercado anglosajón marca las tendencias del gigantesco mercado de los superventas de negocios. Acaba de salir El pequeño libro rojo del éxito de China: Los secretos del éxito en los negocios del presidente Mao, de Sheila Melvin, una relectura de las enseñanzas filosóficas de Mao a la luz de las necesidades expansivas de las empresas occidentales. El célebre ¿Quién se ha llevado mi queso? de Spencer Johnson ya tiene en inglés dos versiones para niños y

adolescentes, la primera ilustrada con dibujos de colores, y ambas con el mensaje de que los ganadores en la lucha diaria por la supervivencia son como ratones que buscan por doquier su pedacito de queso con la certeza de que tienen que adaptarse al cambio continuo, sin garantía de seguridad ni estabilidad. Los títulos con animales pegan fuerte: Las artes del perro pastor, La caza del oso: gánate la vida haciendo lo que te gusta, El manager de un minuto se encuentra con el mono... Detrás de éstos e infinitos títulos similares se halla lo más selecto de la globalización: instituciones de élite como la Escuela de Negocios Wharton de la Universidad de Pennsylvania, grupos globales de finanzas como Bates, Siro, Morgan Stanley y Spencer Stuart, empresas globales de márketing, publicidad e industria cultural tipo Saatchi & Saatchi y Arden Sutherland- Dodd, grupos de medios de comunicación globales como PRISA, compañías multinacionales como Pepsico, consultoras como Accenture, aseguradoras como Sanitas, HSM Group, etc.

## **DIAGONAL WEB – Periódico quincenal de actualidad crítica.**

**Número 48. 15 feb - 28 feb 2007**