

**It's easy, it's true.**

Una denostación de los evangelios empresariales.

Primer manual de autoimpedimento

*de Raúl Alberto Ceruti*

*"Hace Alceo memoria de Aristodemo en esta forma:*

*Pronunció el Esparciata Aristodemo*

*aquella nobilísima sentencia:*

*«El rico es sabio; el pobre, nunca bueno»*

**Diógenes Laercio: "Vida de los filósofos más ilustres".**

*"Escribe Jerónimo de Rodas, en el libro II De las cosas memorables, que queriendo Tales manifestar la facilidad con que podía enriquecerse, como hubiese conocido que había de haber presto gran cosecha de aceite, tomó en arriendo muchos olivares, y ganó muchísimo dinero."*

**Diógenes Laercio: "Vida de los filósofos más ilustres".**

Este libro está dedicado a todos los exitosos sin método, a los que gozan de la gracia, y a todos aquellos, en general, que no lo leerán nunca.

## ADVERTENCIAS

*Lo que este trabajo no pretende ser.*

Este trabajo no pretende ser un análisis sociológico ni político de la literatura salvífica de la empresa, de sus lectores ni del fenómeno cultural de la fabricación de “*best – sellers*”. Sin embargo de ello, indudablemente, habrá consecuencias que pueden resultar insumos para la realización de análisis de esa naturaleza.

Este trabajo no pretende ser una guía de lectura de autoayuda, ni un desarrollo de recomendaciones para su abordaje. Antes que eso, pretende encararlos con el humor del que muchas veces carecen.

Este trabajo no supone el desenmascaramiento militante de supuestos desarrollos bibliográficos destinados a la poda de cerebros. No parte de la concepción de la mala fe de sus autores, ni siquiera de la ingenuidad de sus lectores. Más bien supone un gesto de saludable desconfianza que toma distancia de los textos de la búsqueda del dinero eterno, aportando un material lógico – semiótico que permita su lectura reposada y fértil, acordando u otorgando miradas alternativas y preocupaciones constantes. En fin, permite la dialéctica con unas obras que se proponen como autosuficientes, lo cual las enaltece como objeto de crítica y debate.

Este trabajo tampoco pretende ser de significativa importancia para la autoayuda. Precisamente escrito con la intención de hacer conciente lo inconsistente, reconoce que toda reunión de palabras puede inducir a engaño.

*Lo que este trabajo pretende ser.*

Este trabajo tiene por objeto acceder a la lectura de los textos que han tenido repercusión masiva, sobre la obtención del éxito económico, desde el punto de vista de la lógica, tratando de hallar en ellos ciertos isomorfismos, estructuras generales o estrategias de argumentación que permitan su estudio comparado.

A través de dicho acceso, el fin que se persigue es devolver a la filosofía, con sus humildes instrumentos, y su inevitable complejidad, a su compromiso con la actualidad, y recuperarle protagonismo en los debates cotidianos.

Creemos que no es posible razonar sin humor. Hasta podríamos sugerir, sin perjuicio de no contar con la forma argumental que merecería tamaña hipótesis, que la razón, y su compañera de juegos, la lógica, son derivaciones de las facultades humorísticas del ser humano. De allí que el método que se ha seguido para el análisis de estas obras exitosas sobre el éxito, haya sido el de la ironía, que pretende tomarlas en serio para luego devolverlas denostadas. Es, si se quiere, un procedimiento cruel en su coreografía, pero jugoso para los autores y esperamos que divertido para el lector.

El término “denostación” en el subtítulo implica el ataque deliberado. Sin embargo, ese ataque no es violento, sino silencioso. No lleva arsenales de pólvora ni avanza con poderosa artillería. Supone nada más un espionaje en las filas del enemigo, y la vulneración de su sistema de abastecimiento a través del desvío de sus proveedores.

La voz “autoimpedimento” asimismo, tiene que ver con la interrelación entre la primera parte (“Significante”) que habilitaría al lector consciente a redactar y comercializar un libro de autoayuda empresarial, y la segunda parte (“Significado”) que inhibiría al lector ya preparado para tal tarea, de llevarla efectivamente a cabo.

Este trabajo pretende sistematizar una realidad literaria, que ya ha trasvasado las modestas características del género de la autoayuda, explicar sus métodos, aclarar sus omisiones y destacar sus insipiencias. Y pretende hacerlo de un modo simpático, aunque polémico; y de un modo expositivo, aunque dinámico.

Pero sobre todas las cosas, este trabajo pretende ser un “*best seller*”.

### *Organización.*

Orgánicamente, está dividido en dos grandes partes:

“I. Significante”, que contiene las observaciones de forma, lógica y procedimiento del material con el que se ha trabajado, y de cuya lectura se espera que capacite a su término, a encarar el proyecto del escribir el propio texto de autoayuda para el éxito (que debería ser la verdadera aspiración de todo texto de autoayuda que se precie), es la parte medular, escrita con más placer y soltura, y en la que espero se diviertan tanto como yo; y

“II. Significado”, que intenta explicarse los motivos de la incidencia, estilos, proliferación y necesidad de esta literatura del éxito irreflexivo en los tiempos actuales, escrita con mayor gravedad y preocupación, en tanto cree dar cuenta

de una cosificación del pensamiento; y se ensayan propuestas para asegurar la complejidad del pensamiento en medio de las preocupaciones cotidianas, partiendo de una pregunta provocativamente formulada en términos televisivos: “¿Usted realmente quiere ser ese señor gordo, de traje colorido y habano largo sonriendo entre dos rubias al borde de una pileta?”

## **ÍNDICE.**

### **PRIMERA PARTE**

#### **SIGNIFICANTE**

**Al término de esta primera parte usted debería estar en condiciones de escribir (no de aceptar, ni creer ni seguir) su propio libro de autoayuda.**

### **SEGUNDA PARTE**

#### **SIGNIFICADO**

**Al término de esta segunda parte, usted debería inhibirse de llevar a cabo el libro de autoayuda que aprendió a escribir en la primera parte.**



## I. SIGNIFICANTE

*¿Por qué acertaría el horóscopo?*

“Usted está leyendo un libro.” Precisamente, esta frase aquí impresa, estaba esperando cumplirse bajo su mirada. He aquí una certeza de cumplimiento, aún cuando este libro no fuera a ser leído por nadie, ya que en ese caso no habría un “usted” al cual pudiera hacer concreta referencia. El grado de incerteza sólo viene dado respecto del “momento” en que dicho cumplimiento tendrá lugar.

Los pronósticos establecidos en el horóscopo diario se benefician de la incerteza del momento en que se podrán verificar, y a ello suman la imprecisión de su sustancia. Casi puede establecerse una relación de proporción inversa de mayor imprecisión cuanto menor sea el lapso de verificación.

Un horóscopo anual puede contener vaticinios del tipo “morirá un gran líder”, o “se producirá un hallazgo científico de vital importancia para la salud humana”, o “habrá sacudidas financieras”, ya que en algún momento del año es posible y hasta habitual que alguien a quien pudiera llegar a considerarse un “gran líder”, aún para las pocas personas a quienes lidera, fallezca, se efectúen anuncios de hallazgos medicinales ya sean verdaderamente significativos o sólo supongan publicidad del lanzamiento de un nuevo producto por algún laboratorio interesado; o se generen situaciones que sorprendan al ambiente bursátil en virtud de su defecto o exceso de previsión.

En todos los casos, el horóscopo acierta en función inversa a la precisión de sus aciertos, y a su concreta utilidad. De allí que deba mantener la suficiente ambigüedad e imprecisión en sus vaticinios como para reunir en él una cantidad lo más heterogénea posible de hechos futuros.

Por otro lado, el horóscopo puede valorar sus predicciones, de forma tal de condicionar un dato objetivo a otro subjetivo o relativo a quien pudiera ser su juzgador. De esta forma, lo bueno, lo malo, flexible o inflexible, violento o pacífico de los hechos por sucederle, dependerán solamente de lo bueno, lo malo, flexible o inflexible, violento o pacífico de sus propias acciones, habilidades, propuestas o perspectivas. Esto hace que su cumplimiento o incumplimiento no pueda ser falseable ya que siempre habrá una razón implícita en el enunciado del vaticinio, que podrá usarse como explicación de uno u otro caso. Se trata de verdaderas tautologías (demostraciones evidentes de lo que resulta obvio) a futuro: “Si no percibe sombras en su camino, verá con intensa claridad su ruta al éxito.”

A continuación se brindan algunos ejemplos de vaticinios por vía de los métodos del horóscopo, a fin de inspirar otros en el lector:

Horóscopo para hoy (inescrutable): Comenzará a transitar un camino que lo llevará lejos.

Horóscopo para hoy (incomprobable): “Señales de cambio se avecinan”.

Horóscopo para el año (indagable): “La sociedad occidental se enfrenta a uno de sus principales dilemas”.

Horóscopo para el año (comprobable): “Habrá un enfrentamiento armado que costará muchas vidas”.

Horóscopo para la empresa (tautológico): “Deberá adaptarse, o perecer”.

Horóscopos para el emprendedor (infalsables):

“Diseñe su plan de acción pero no se ate demasiado a él”.

“Sea constante y generoso con sus objetivos prioritarios, pero no comprometa el fracaso de sus objetivos de sostén”.

“Buen tiempo para inversiones sabias”.

“Un negocio en el que había dejado de pensar, aparece como posible”.

“Aprenda a manejarse con soltura en medio de las estrecheces. Eso las flexibilizará y amoldará a sus posibilidades verdaderas”.

*¿Por qué confiamos en los testimonios?*

El lenguaje en primera persona parece guardar con los hechos de referencia una relación directa, sin intermediación, por lo que existiría una suerte de transparencia entre la realidad y su comentario.

La fuente de primera mano disipa todas las desconfianzas de la tergiversación, además de poseer la vivencia del contacto inalterable. Es parte del relato porque ha estado en su lugar. Es al mismo tiempo su apreciación y corroboración. No podemos dudar del relato sin dudar de la persona. Y no podemos dudar de la persona porque tiene el relato en sus ojos, no en sus palabras<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> *Ejemplo I:* Al término de cada uno de sus capítulos, el trabajo de KAWASAKI, Guy, con MORENO, Michele: “Cómo volver locos a sus competidores” (Ed. Planeta, Barcelona, 2001), incluye entrevistas con

Los hechos objeto de la experiencia personal, nos vienen de la mano de su testigo – mentor – descubridor.

La experiencia, el contacto personal, directo, inmediato con la realidad, deviene irreflexiva, ausente de penetración o de análisis. Este defecto constituye sin embargo, su principal carta de triunfo, ya que se menosprecia cualquier detención, se solapa cualquier alternativa, se reduce cualquier complejidad<sup>2</sup>.

No hay enseñanza sino demostración. No hay percepción sino asentimiento. Credenciales de yuxtaposición, y menosprecio de cualquier apreciación sin la vivencia asociada concreta:

“Usted no puede hablar de cocos si no ha vivido dentro de uno.”

Cualquier mediación es sospechosa, lentificadora e incómoda. Sólo nos detenemos a escuchar al que “estuvo allí”, lo más prontamente posible, sin distancia, lejanía, ni, por ende, profundidad.

Esta percepción obliga a trabajar sobre el éxito con textos de exitosos, cuya potencia y habilidad para los negocios contagiaría optimismo y expondría las fórmulas generadoras que les han servido para alcanzar su lugar de privilegio. Si han terminado bien sus historias, quiere decir que las han llevado bien a cabo. Por otra parte, su aparición en nuestro trabajo, aún como

---

grandes referentes de amplios sectores de la producción y los servicios a través de las cuales se ilustran a modo de ratificación las enseñanzas generales impartidas en las páginas inmediatamente anteriores.

*Ejemplo II:* La edición consultada de “La meta. Un proceso de mejora continua”, incluye una serie de entrevistas finales con uno de sus autores, GOLDRATT, Eliyahu y una serie de ejecutivos que utilizaron su método planteado en su libro con provecho para sus respectivas empresas o instituciones, privadas, públicas, de manufacturas y de servicios. (pags. 477 a 527).

<sup>2</sup> *Comentario:* “Afortunadamente para los escritores de libros comerciales, las personas del mundo de los negocios no se preocupan realmente acerca de cómo, cuándo o por qué apareció una buena idea – lo que importa es la existencia de esta idea o si correcta aplicación: ‘¿La jirafa tiene el cuello largo para comer las hojas de la copa de los árboles?. Entonces nosotros podemos hacer algo semejante” (KAWASAKI, Guy, con MORENO, Michele: “Cómo volver locos a sus competidores”, Ed. Planeta, Barcelona, 2001, pag. XX).

entrevistados ocasionales, nos proporcionará un poco de su brillo, por ocupar simplemente un mismo lugar al mismo tiempo.

*Los testimonios no pueden contradecirse*

La vida de los hombres, nuestra vida, los sucesos de la realidad, conforman redes de influencias, causas, consecuencias, intrusiones, omisiones, ocasiones y casualidades. A fin de armar un episodio coherente de cualquiera de nosotros es necesario efectuar recortes.

En tales recortes se reconoce la predilección de quien los ejecuta, más que el acierto o descansa del relato al que refieren. Así, si de lo que se trata es de indicar el ascenso a la posición gerencial de un cadete inicialmente desconocido, nada que interfiera en esta línea. Así, si hubiera habido dificultades con otros aspectos del proyecto de vida del personaje protagónico (pareja, vida social, salud, inquietudes intelectuales) no serán tenidas en cuenta si no resultan de apoyatura a ese esquema lógico – secuencial. De allí que esa historia resulte como una fuerza poderosa, un destino a cumplir, una pulsión a concretarse.

Pensado desde ese lugar, despejado el camino de otros ignotos, absurdos (por no adecuarse en función del producto deseado) e irracionales (por la falta de razón de beneficio cuantificable) es posible concluir que: "Si a usted no le interesa mantener su equilibrio mental, sus afectos familiares y sociales, su prestigio intelectual y aún menos su armonía espiritual, hará dinero de la forma más fácil y rápida."

Tomar en consideración cualquier otro aspecto de la vida del personaje relatado, nos volvería a llevar a la complejidad de sus vínculos interpersonales, alejándonos del jugo o esencia de la anécdota correspondiente. La consciencia de esta complejidad conduciría a contradicciones tonales o estilísticas, mucho más temidas que las propias de la estricta lógica.

En efecto, quien tiene señalado el camino del éxito no puede ser viejo, ni tonto, ni feo, ni tener dificultades con el sexo opuesto (sólo las necesarias a fin de permitir e invitar al galanteo), ni con la ley (de allí que el “lobo feroz” nunca pueda ser protagonista), ni con la familia (de allí que muy pocas veces se nos presenta al personaje en su entorno familiar, al que se da por descontado como firme y accesible, por necesidad natural), ni con los amigos (a los que sólo se menciona en esta forma genérica, y a los que se sobreentiende como reales, exitosos y sonrientes, por necesidad social).

El testimonio es autosustentable (no se pedirá su corroboración con otros medios de prueba que den cuenta de su efectiva verificación, confirmación o cumplimiento), ya que simplemente resulta una de las manifestaciones del éxito, y cuando se tiene éxito, no habría necesidad alguna de mentir. Una vez alcanzada la meta, todo lo demás resulta libre de comprobación. Se siente como preguntarle a un nadador que ha completado los noventa y cuatro kilómetros de costa a costa, si puede flotar en el agua.

Por último, para dejar claro el desarrollo del proyecto personal exitoso que se nos propone como testimonio, debe tenerse cuidado en la oportunidad en que habrá de colocarse el punto y aparte<sup>3</sup>.

### *Modestia aparte*

Siempre es pertinente tener a mano un mentor, maestro o garante de las afirmaciones que cada uno de nosotros enarbola como verdades. Mucho mejor es que ese mentor, maestro o garante aparezca como su autor. De este modo no estamos comprometidos personalmente por lo expuesto en el trabajo, brindando a las leyes, frases y aseveraciones formuladas con seriedad y gravedad, la objetividad que nos las aparten del juicio a nuestros límites personales e intelectuales.

Haga hablar a un personaje enigmático, escurridizo o distante<sup>4</sup>. Debe callar más de lo que cuenta, a fin de no poder equivocarse, ni crear ninguna familiaridad. Estará a mano cuando lo necesites, pero no podrás hacerle todas las preguntas, ya que una de sus enseñanzas es que debes aprender por ti mismo.

---

<sup>3</sup> *Ejemplo:* “Hay una razón muy sencilla por la cual la mayoría de los hombres nunca saben cuándo ceder en su ataque: no tienen una idea concreta de su objetivo. Una vez que obtienen una victoria, ansían obtener otra más. Detenerse – apuntar hacia un objetivo y luego atenerse a él – casi no parece humano. Sin embargo, nada es más esencial para obtener y conservar el poder.” (GREENE, Robert y ELFERS, Joost : “Las 48 leyes del Poder”, Editorial Atlántida, Buenos Aires, 2006, pag. 304)

<sup>4</sup> *Ejemplos:* Este personaje privilegiado es el “Padre Rico” de la obra de KIYOSAKI, Robert: “Padre Rico, Padre Pobre”, Ed. Aguilar, Buenos Aires, 2005, el misterioso millonario de la obra de FISHER, Mark : “El Millonario Instantáneo”, Ed. Urano, Buenos Aires, 1989; el “Jonah” de la obra de GOLDRATT, Eliyahu M. y COX, Jeff: “la Meta. Un proceso de mejora continua”, Tercera Edición, Granica, Buenos Aires, 2007; el pescador “Lonnie” de “Fish! – la eficacia de un equipo radica en su poder de motivación”, de LUNDIN, Stephen C.; PAUL, Harry; y CHRISTENSEN, John Ed. Urano, Barcelona, 2001.

La regla es que todo lo que diga sea sumamente significativo, precisamente por lo poco que dice.

En efecto, un personaje en cualquier historia, que ocupe un lugar fuera del ámbito en el que transcurre la narración, pareciera tener una vida que la trasciende e incluye, por lo que transcurre en el metalenguaje de la narración. Desde ese lugar dirá cosas tales como “nadie sabrá tu secreto mientras lo guardes”; o “conocerás tu poder en cuanto tengas que enfrentarte contigo”; o “demasiado sencillo para poder verlo, demasiado complicado para creer en él”; o cualquier otra frase similar, las cuales pueden utilizarse como lema, apreciación o síntesis de todas las vicisitudes recorridas en ella.

El autor de los consejos será de esta manera un testimonio de ellos, así como de su observancia y efectividad. Su puesta por escrito será el traslado fiel de una realidad que lo rebasa, pero que se encuentra necesariamente descripta y constituida por sus propias letras.

No se comprometa con apotegmas o imperativos. Deje que algún otro, real o imaginado, los pronuncie desde su sitio difuso. Eso lo liberará de muchas explicaciones, y lo mantendrá alejado de los ataques que pudieran dirigirse contra la solidez, interés o factibilidad de esas consignas.

Una persona real, o un personaje ficticio suponen una continuidad y permanencia que va más allá de su nombre y de sus acciones<sup>5</sup>. Se da por

---

<sup>5</sup> *Comentario*: “Los programas de mentoría están muy difundidos en los Estados Unidos, tanto en corporaciones como en organizaciones sin fines de lucro. En el Reino Unido, sólo algunas compañías han hecho uso de esos programas; pero su popularidad crece deprisa, tan rápidamente que algunas personas se preocupan por los personajes indeseables que están atrayendo a los negocios” (HINDLE, Tim: “Management – Las 100 ideas que hicieron historia”, Ed. Cuatro Media Inc., Buenos Aires, 2008, pag. 156.)



sentado que una persona o un personaje seguramente hacen más cosas que las relatadas en el texto.

Luego, continuidad y permanencia de los conceptos centrales de su trabajo esté garantizada por una entidad personificada, ya que sus dichos repartidos aquí y allá entre las páginas del trabajo de promoción o provocación del éxito empresarial, deben suponer horas, días, años de reflexión no volcadas por escrito.

Las dos o tres ideas que campean en la boca de un sujeto histórico, un testigo contemporáneo o un personaje de invención, se sostienen en ese interregno que constituye su vida más allá de las palabras o los hechos enunciados, de forma tal que devienen alusivos a construcciones teóricas o derivaciones razonadas hipotéticas, no explícitas<sup>6</sup>. Así, el sujeto de referencia sustituye al argumento.

### *¿Cuánta vehemencia hace falta?*

Por supuesto que la afirmación debe ser verosímil. Buena parte de esta verosimilitud reposa en que la crea el propio que la formula. De allí que la literatura de enriquecimiento personal se nutre de una fraseología militante, que se predica desde la acción y el compromiso con las acciones recomendadas<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> *Ejemplo*: “Sea breve y educado en todos los encuentros con su mentor. Escuche atentamente – y religiosamente – todo lo que tenga que decir, sin interrupciones. Agradézcale el haberle concedido unos minutos o unas horas de su precioso tiempo”. FISHER, Marc: “El millonario perezoso... y El arte de estar siempre de vacaciones, Ed. AMAT, Barcelona, 2008, pag. 45.

<sup>7</sup> *Ejemplo*: “En ningún momento o lugar he realizado por escrito un afirmación tan arrogante como la que estoy a punto de hacer. No sé si es una buena idea. Creo – tras considerarlo seriamente. Que este es el único camino para que las personas con cargos “junior” hagan las cosas” (PETERS, Tom;: “Triunfar!”, Ediciones Nowtilus S.L., Madrid, 2002, pag. 25) (subrayado en el original).

Se trata de asentir antes de corroborar, de consensuar antes de indicar cuáles eran los problemas, se trata de decidir antes de conocer los riesgos. Se busca la complicidad en la conclusión antes que el acompañamiento en el análisis.

Aceptar la vehemencia de una exposición presume la posibilidad de su formulación exasperada. Esto es, la aceptación de que alguien pueda dar tanto crédito a los conceptos, frases e ideas que despliega, como para hacerlo de un modo apasionado<sup>8</sup>. Frente a un exagerado mentor de cualquier cosa, se baja la guardia lógica, ya que debe darse por supuesto que esa “cualquier cosa” puede ser defendida con ímpetu.

No hace falta el temblor en las arengas ni la encendida tribulación en las calles. Basta con la suficiencia, la efectiva seguridad que sólo puede dar la insensatez.

De este modo, indique con las frases más violentamente seguras y definitivas aquellas que más dudas ofrezcan o cuyos bordes o presupuestos deban ser apuntalados a fin de sostener el resto de la hipótesis.

### *Moralejas*

“Tomo una piedra grande. Puedo tomar una maza y machacarla a golpes. Quedarán algunas piedras más pequeñas dispersadas por el suelo.

---

<sup>8</sup> *Ejemplo*: “Una de las cosas más sorprendentes sobre los empresarios, por ejemplo, es su, a veces, incómodo parecido con los héroes románticos: su aislamiento, el hecho de que siempre están nadando contracorriente, contra los deseos de uno o más de los grupos relacionados con la empresa, contra lo establecido, contra las críticas, contra la suerte. La gestión en su estado más puro tiene una dimensión heroica, porque tiene que ver con los desafíos humanos eternos, y no admite excusas para el fracaso, ni escapatoria para la responsabilidad” (TEAL, Thomas, “El lado humano de la gestión”, publicado en el volumen “Harvard Business Review - Liderazgo”, Ed. Deusto, S.A., Bilbao, 1999, pag. 176)

Esta piedra es pequeña. Entra mi mano. Puedo atraparla y lanzarla contra la pared, de forma que se destroce en otras tantas piedras, más pequeñas aún.

Tomo algunas de esas piedras y las pulverizo con ayuda de un mortero.

Finalmente, tengo ante mí un pequeñísimo, casi impalpable, grano de arena. Este grano no sólo puede ser destruido, sino tampoco identificado, aprehendido o manipulado.”

Esta pequeña fábula de la disminución infinita de una piedra, puede ser entendida como abstracción e ilustración de los siguientes tópicos:

1. Cuanto más anónimo seas, menos podrán perseguirte.
2. Cuanto más humilde seas, menos te perseguirán.
3. Cuanto más te empeñes en destruir algo, más poder le estarás confiriendo.
4. Cuanto más intrascendente es una realidad, tanto más difícil es entenderla.
5. Cuanto más victorioso crees ser, más pequeña es tu gloria.
6. Un grano de arena puede más que una piedra pesada.
7. Una piedra pesada no es más que una aglomeración de granos de arena.
8. Nunca destruirás algo sólido.
9. El grano de arena es otra roca.
10. La perdurabilidad es insidiosa.

Algunas de estas afirmaciones es complementaria de las otras, algunas son contradictorias entre sí, algunas son directamente inconmensurables, otras son bastante equivalentes. Lo cierto es que el listado puede proseguir:

11. De polvo está hecha la violencia.
12. Cada golpe crea nuevos enemigos.
13. Cuanto más granos de arena persigan la idea de la piedra, más difícil será enfrentarse a ellos.
14. La mano del hombre está hecha a la medida de las piedras. Ni rocas muy pesadas, ni granos tan volátiles. Las manos del hombre están hechas para arrojar las piedras.
15. A fin de que una idea no se pierda, debe lanzársela contra el horizonte.
16. Cualquier obstáculo entre tú y tus proyectos, los puede disipar y distraer en un sinfín de ocupaciones y problemas.
17. No pierdas la dirección de tus gestos por ocuparte de las minucias.
18. Ve derecho al grano.
19. Deja a la piedra como está y siéntate sobre ella.
20. Cada pequeña porción del planeta ha tenido una unidad, y por tanto, posee una historia.

El secreto es elegir una y sólo una de estas afirmaciones y luego confrontarla con una fábula nueva, análoga, o con un hecho real que le haya sucedido al autor o que sea de conocimiento público. De este modo, la idea reforzada por la metáfora y el ejemplo; por lo general y por lo particular, por lo

abstracto y lo concreto, aparece en todo su místico esplendor, su inequívoca realidad, su incontestable apuntamiento.

La escritura en forma de fábulas simplifica, abstrae y condiciona la tesis que se quiere demostrar, pero al mismo tiempo, la vuelve sencilla de entablar y hace parecer natural o evidente su derivación.

Cualquier reflexión sobre la ley o la enseñanza prescrita debe recorrer necesariamente los engranajes de la fábula, esquemática y arquetípica. Una y otra vez la tortuga vencerá a Aquiles por la pequeña ventaja ofrecida, el ciervo se vanagloriará de sus cuernos que le dificultan la marcha, el gusano se hará mariposa, y la cigarra se confiará demasiado para no poder pasar el invierno. En todos los casos, ello ocurre de esa forma en virtud de que la ley y el modelo son la misma cosa.

### *Ejemplos ejemplares.*

En aquellos casos en que el protagonista del relato del camino al éxito no tenga todos los atributos que asociativamente (en virtud del deseo que lo acompaña) debe tener, se lo hace notar concreta y enfáticamente, para remarcar el valor de la “decisión”, la “voluntad”, o la “convicción” que constituyen el secreto de su prosperidad<sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup> *Ejemplo:* “Quedó huérfano antes de cumplir los 5 años...

“Los demás niños hacían mofa de su cuerpo deforme...

“No tenía escuela. Los años preciosos de su adolescencia los pasó en un agobiante trabajo, desde la salida del sol hasta su ocaso, arando la tierra y arrebatando el fruto en las vastas propiedades de Herodes.

“Y sin embargo, a pesar de todos sus impedimentos, llegó a ser el hombre más rico de toda Jericó, con títulos de propiedad sobre todas las tierras irrigadas que se extendían hasta mediodía de marcha a partir de la ciudad.” (MANDINO, Og: “El éxito más grande del mundo”, Ed. DIANA, México, 1981, pag. 12.

Mediante este sencillo expediente, aparece la excepción remarcada como la regla, y la regla como excepción. Como se trata de ser excepcional, destacado, primero entre muchos, esta inversión de la sociología empírica no debería tener demasiados reparos en ser aceptada<sup>10</sup>.

Dada la excepción, luego no resulta en consuelo, sino que se impone como deber. Es un deber del orgullo personal, una suerte de invitación a un duelo: “Si este mequetrefe malafortunado, con todos los problemas, inconvenientes y estrecheces que padeció pudo hacerlo... ¿Usted qué espera?”

Para escalar una montaña, ponga como ejemplo a alguien que no tenga piernas y que sufra terriblemente de vértigo.

Para escribir un libro, ponga como ejemplo a un analfabeto ciego y mudo.

Para tocar el piano, ponga como ejemplo a un manco de las dos manos, y sordo.

Así que, ¿qué impediría que otro también lo logre?. Y más aún, ¿no sería deshonroso, alarmante y vergonzoso no lograrlo?. Luego, si el destinatario de la exposición no poseía la menor intención de escalar una montaña, escribir un libro o tocar el piano, entonces estará obligado a hacerlo.

### *El prestigio de las frases célebres*

---

<sup>10</sup> *Ejemplo*: “La vida era dura y yo respondía de la misma manera, siendo duro. Entonces, cuando decidimos crear un puesto de pescado diferente, me resistí a aceptar que yo podía elegir cómo vivir cada día. Había invertido demasiado en ser víctima. Uno de los compañeros, mayor que yo, que también había pasado una mala racha, me llevó aparte y me lo explicó de pescadero a pescadero. Pensé mucho en lo que me dijo y decidí probar. Ahora soy un ‘creyente’. Cada persona puede escoger su actitud. Lo sé porque yo escogí la mía.” (“Fish! – la eficacia de un equipo radica en su poder de motivación”, de LUNDIN, Stephen C.; PAUL, Harry; y CHRISTENSEN, John Ed. Urano, Barcelona, 2001, pag. 42/3).

Una pequeña frase, extraída de un pensador reconocido, deja entrever el conocimiento que quien la utilice tenga respecto de ese pensador, la familiaridad con la que hace suya sus palabras, la facilidad con que las repasa oportuna, franca y correcta.

En la conversación cotidiana, un comentario vale por un comportamiento. En la docencia, un ejemplo vale por todas las posibles manifestaciones de sus variables. En los trabajos científicos, una cita vale por un libro. En la autoayuda, una frase vale por un sistema.

Así, Sócrates: “Sólo sé que no sé nada”, paradoja escindida de todo el universo que representa. Así, Marx: “La explotación del hombre por el hombre”, sin toda la riqueza analítica de nuestra neurosis capitalista. Así, Einstein: “Todo es relativo”, sin ningún acercamiento a su complejísima visión del espacio-tiempo.

No se recorre ningún camino, no se dibuja ningún trayecto, no se traza ninguna senda. Simplemente se colocan hitos de llegada, como banderines en un juego de golf. Marcas en un mapa sin rosa de los vientos.

Acostumbrados a la noticia de las cosas (su actualidad sobreviniente) exenta de las cosas, toleramos mejor la frase que su contextualización. A través de la frase se nos acerca sin trabajo el producto terminado. Como si pudiera producirse mediante una acertada inversión en el libro que consumimos.

El “argumento de autoridad” es uno de los sofismas más antiguos y mejor practicados. Consiste precisamente en ahorrar la argumentación en función del prestigio, importancia o superioridad de quien sostenga determinada posición.

Resulta extremadamente más sencillo cuando, por motivos de lejanía en el tiempo, el espacio o el conocimiento, aquellas autoridades ni siquiera pueden enterarse de su utilización como sostenedores de cualquier idea, perspectiva o razonamiento. Así, Marx puede estar vendiendo máquinas de afeitar o Aristóteles haciéndose cargo de una empresa de pañales. Y a la inversa, el increíble Hulk puede recomendar un libro, o el chanchito Porkie calificar una película. De esta forma, la frase como tal, mínima entidad de trabajos medulares, extracto, reducción y cosificación de sus dificultades, sufre un proceso de conversión instantánea en “*slogan*”, gancho publicitario antes que nudo o núcleo de consecuencias, derivaciones y perspectivas.

#### *Cómo hacer uso de la frase célebre*

Tenga a mano una frase. No tiene por qué leer frondosos tratados de filosofía para extraerla. Puede elegir una página, un párrafo, una línea al azar, de un trabajo que sea considerado como clásico. Una vez obtenida, límpiela de cualquier significado propio, histórico, circunstanciado o sistémico; aíslala de cualquier consideración extraña a su sonido; acompáñela de un gesto grave y seguro, y tendrá el asentimiento asegurado.

Una frase, de esta forma aislada, independiente, soberbia, es su propia legitimación, sustento y profecía. Se contiene a sí misma desde sí misma. Y extiende su autoridad ante el hueco silencio que dibuja a su alrededor.

No hay quien quiera disentir con los grandes pensadores. De forma tal que no se detendrán a discutirle. Sobre el particular, cuadra agregar que muchas



veces la celebridad de la frase sólo viene dada por la de quien la ha acuñado, expresado o utilizado. No se estiman tanto por su pertinencia como por su pertenencia a determinado y respetado personaje.

Es así que la frase célebre, sobre todo si va acompañada de su circunstancia biográfica, aprovecha y apuntala las bondades del relato de primera mano, tratándose de testigos privilegiados en contextos privilegiados.

Tenga la prudencia de no citar la fuente con todos los datos bibliográficos. No son necesarios. De paso, eso le permitirá efectuar algunas adaptaciones a lo que quiera demostrar. Basta con señalar el autor o el texto anónimo del que fue extraído y alguna mención a la época y al carácter en que fuera escrito.

*El poder está en el modo de usarlo.*

Cualquier noción de “ayuda” supone la administración de un poder. Existe alguien con alguna necesidad y otro con la posibilidad de satisfacerla. Cuando nos referimos a la “autoayuda” ese poder se instala en uno mismo, en aquel que es destinatario de la ayuda. La necesidad y su satisfacción, aparecen paradójicamente del mismo lado. El prisionero tiene la llave que lo saque de su encierro. El pobre, la herramienta para hacerse rico.

La promesa que ofrece la “autoayuda” es sobre la propia vida del lector. No se trata pues, de otra cosa que la asunción del lector como protagonista de una ficción articulada sobre hechos que “vendrán”, que “ocurrirán”, esta tarde, mañana, pasado mañana, al año siguiente; a mayor proximidad según dependa del lector o de alguno o algunos otros para llevarlos a cabo o reconocerlos.

Así, el vaticinio científico inexcusable (científico por inexcusable e inexcusable por científico) del camino al éxito, se trata de una amplia prospección sobre fenómenos que deben tener lugar a lo largo de nuestra vida. En este sentido, se agrega el aporte de señales (no pruebas, no demostraciones) que podrán recogerse durante su puesta en marcha y que permitirán conocer que nos hallamos en el “buen camino”. Por supuesto que una de las primeras señales es el propio hecho de haber adquirido el libro que las expone<sup>11</sup>. Se trata de uno de los pocos casos en los que la adquisición, o la mera pregunta por el libro es ya un signo de su comprensión; y su comprensión, un signo de su puesta en práctica.

Estas señales requieren, para su conformación y afirmación, de su descanso sobre asideros confiables, firmes y trasladables, que puedan ser personalizados, apropiados o asumidos por el lector. En ellas, se unen bajo un mismo y sólido propósito, el método de la amplitud, propio de los horóscopos, con el del contacto directo, del aporte testimonial, a fin de levantar la parábola, moraleja o “enseñanza” que nos haga mejores, con la sola reflexión a través de sus palabras.

### *¿Cómo ser atento y significativo?*

Utilícese el siguiente método para redactar saluciones de navidad o de año nuevo:

---

<sup>11</sup> *Ejemplo:* “Puesto que está leyendo este libro, usted ha manifestado su vocación incipiente de millonario perezoso.

“Esto es todo lo que necesita para comenzar, la apertura de mente necesaria para poder pensar al menos durante algunos instantes, como un millonario perezoso” (FISHER, Marc: “El millonario perezoso...y El

1. Consígase una serie de tarjetas en blanco.
2. Divídalas en tres montones.
3. En un primer montón escriba fórmulas de agrupación de oraciones tales como “Sólo ... nos hace....”, “No hay .... sin .... ni ..... sin .....”, “Si quieres .... deberás ....”, y así.
4. En el segundo montón escriba virtudes como bondad, generosidad, gratitud, humildad, sabiduría, encanto, belleza, transparencia, delicadeza, calidez, comprensión...
5. En un tercer montón escriba entidades inasibles tales como felicidad, amor, libertad, tranquilidad, paz, verdad, prosperidad, eternidad, sacralidad, fraternidad...
6. Vaya sacando una a una las tarjetas en el orden en que se le ocurra, y simplemente llene los puntos vacíos.
7. Anote el resultado final en su tarjeta de navidad o año nuevo:  
“Sólo la gratitud nos hace libres”, “No hay belleza sin verdad, ni sabiduría sin amor”, “Si quieres ser sabio, deberás ser transparente”.

He ahí una máquina casera de formulación de frases. Tanto más significativas cuanto oscuras.

El envase del éxito no admite precisiones más que cuantitativas. No importa el contenido que cada uno de nosotros le atribuya a los términos utilizados, siempre que en todos los casos se presuma positivo.

---

arte de estar siempre de vacaciones”, Editorial AMAT, Barcelona, 2008, pag. 20.

<sup>11</sup> *Comentario:* “La supermodernidad no es el todo de la contemporaneidad. En la modernidad del paisaje

### *Las inteligencias no se contradicen*

Se parte del supuesto de que las grandes autoridades filosóficas o empresariales poseen un amplio y mismo recorrido intelectual, y que ese recorrido, por otra parte, sin importar los orígenes, los contextos y las épocas, se posee en común, y por él han atravesado por los mismos problemas y los han resuelto de diversas maneras, pero en la misma dirección, siempre inteligente, sopesando los principales obstáculos y consecuencias. En tal sentido, siendo todas ellas equivalentes entre sí, cada una en su especialidad, dominio o sugerencia, no podrán contradecirse. Así que si alguna cita indica “La mejor manera de enfrentar una crisis es asumir el riesgo”, y otra previene: “Jamás hay posibilidades de inversión en medio de una crisis”, en algún punto deben resultar coincidentes. Así se hecha mano de artilugios interpretativos indicando que debe tratarse de dos tipos de crisis diferentes, e incluso aclarando que “asumir el riesgo” precisamente es no invertir; o que no invertir es el “riesgo mayor” que puede asumirse en una crisis.

Luego, se traslada este principio de la negativa de la contradicción, en el propio texto único o entre los distintos textos de una misma autoridad o autor de narrativa empresarial.

Como una de las formas de abarcarlo todo (o de dar la sensación de abarcarlo todo), el arsenal de citas debe ser abrumador. Abarcar desde fábulas africanas, hasta relatos de los gangsters de la “ley seca”, pasando por episodios de las luchas homéricas o las intrigas palaciegas del renacimiento. Estos saltos, lejos de dejar entrever los vacíos entre las distintas épocas, contextos y

personajes, permite vislumbrarlos como la distancia de la erudición, y nos acercaría a intuir una síntesis abstracta que abarque todas esas historias y anécdotas, a modo de juicio transversal, que capte la esencia de la naturaleza humana, a la que pertenecemos, pero si la hacemos consciente, podemos comprender, domesticar y domeñar.

### *Haga la diferencia*

En todos los casos, la factura y lectura de las obras de enriquecimiento del espíritu financiero nos convoca, atrae y designa como miembros de una minoría. Nos destaca frente a un “todos” u “otros” que han quedado y quedarán en el anonimato del fracaso capitalista<sup>12</sup>.

Así, se nos advierte acerca de que aquello que constituye el material de nuestra lectura no resulta ser la literatura habitual de los cursos de la educación obligatoria, ni siquiera de los cursos de grado o de posgrado de las universidades, ámbitos todos ellos en los que dicho material o se ignora o se retacea<sup>13</sup>. Más aún, se pretende que la enseñanza que impartirá el evangelio

---

<sup>12</sup> *Ejemplo:* “La mayoría de la gente se maneja en un torbellino de emociones, reaccionando constantemente y procurando allanar disputas y conflictos. Su autocontrol y su autonomía no hará sino enfurecer a los demás. Tratarán de arrastrarlo al torbellino, y le rogarán que tome partido en interminables batallas o que haga de pacificador. Si usted sucumbe a estos emotivos ruegos, poco a poco verá que su mente y su tiempo terminan absorbidos por los problemas de los demás. No permita que la compasión por los otros lo lleve a involucrarse. Es un juego que nunca podrá ganar, pues los conflictos no harán sino multiplicarse.” (GREENE, Robert y ELFERS, Joost : “Las 48 leyes del Poder”, Editorial Atlántida, Buenos Aires, 2006, pag. 205)

*Ejemplo II:* “Lo que llega último permanece grabado en la mente como una especie de signo de exclamación, No hay mejor momento para detenerse y retirarse que después de una victoria.” (Id., pag. 508).

<sup>13</sup>*Ejemplo:* Con una expresa mención respecto de la ausencia de la temática sobre la riqueza financiera y los comportamiento del dinero en el mundo de las inversiones, en la enseñanza formal, comienza el trabajo de KIYOSAKI, Robert T.: “Conspiracy of the Rich – The 8 new rules of Money”, aún en elaboración y del que se encuentra disponible su introducción y primer capítulo en <http://www.conspiracyoftherich.com/> (consulta efectuada en febrero de 2009).

empresarial nos cambiará las nociones que teníamos asentadas sobre el sentido común<sup>14</sup>. Esto supone haber alcanzado el acceso a una formación exclusiva, que con sinceridad y generosidad se coloca a nuestra disposición para poder echar mano de ella<sup>15</sup>.

A este fin resultan adecuados los testimonios directos, ya que contribuyen a crear un ambiente de distendida confesión e intimidad, en el que se permite la divulgación de secretos a modo de revelaciones; las citas de frases célebres, ya que representan lo más destacado de los más destacados; y la aparición de escuelas, cursos presenciales o semipresenciales<sup>16</sup> sobre los temas exaltados en los evangelios empresariales, como cónclaves de reunión y reconocimiento científico técnico de las palabras (ya que no de las ideas) insertas en ellos.

Esta sensación de privilegio que campea desde sus primeras páginas en cualquiera de los trabajos analizados para este somero análisis, resulta necesaria para afianzar la promesa autocumplida de alcanzar una situación de

---

<sup>14</sup> *Ejemplo:*

“-De verdad crees que trabajar esforzadamente es lo que hace rica a la gente?

“-Yo... yo creo que sí... bueno, al menos es lo que me enseñaron a creer”.

(FISHER, Mark: “El Millonario Instantáneo”, Ed. Urano, Buenos Aires, 199, pag. 12)

<sup>15</sup> *Ejemplo:* “La principal causa de la pobreza o de las dificultades financieras es el miedo y la ignorancia, no la economía o el gobierno de los ricos. Es su miedo e ignorancia auto-infligidos lo que mantiene atrapada a la gente. Así que ustedes vayan a la escuela y obtengan sus títulos universitarios. Yo les enseñaré cómo mantenerse fuera de la trampa”. (KIYOSAKI, Robert: “Padre Rico, Padre Pobre”, Ed. Aguilar, Buenos Aires, 2005, pag. 68).

<sup>16</sup> *Ejemplo:* En la página web dirigida por KIYOSAKI, Robert y su equipo de “Rich. Dad Companion”: <http://www.richdad.com> se ofrecen conferencias en importantes hoteles a lo largo de todo el territorio de los Estados Unidos, un cursillo introductorio gratuito, programas de “coaching”, exposiciones en DVD, material bibliográfico y materias elaboradas para necesidades específicas; en la página web dirigida por ALLEN, David y su equipo “Getting Things Done”: <http://www.davidco.com>, se ofrecen seminarios, “teleseminarios”, material de estudio, materias específicas de acuerdo a las necesidades particulares, impartidos para personas, grupos o empresas. (Consultas efectuadas en febrero de 2009).

excepción frente a la media de los mortales<sup>17</sup>, a través del entendimiento, observación y aplicación de las reglas dadas a conocer en ellos.

Esta excepción no está sin más en los sujetos, sino en los sujetos a través de los objetos. Su conversión debe ser un desarrollo natural de la percepción. No hace falta indagar, sino simplemente, ver. Pero desde otra perspectiva<sup>18</sup>.

A los fines de desarrollar esta perspectiva, se llevan a cabo los encuentros de “*coaching*” o aprendizaje de liderazgo, en lugares y días apartados de los laborales, a fin de tomar distancia de los problemas cotidianos del trabajo y examinarlos a una luz más general, abierta y abarcativa.

Estos encuentros tienen el carácter de verdaderos retiros, ya que durante su realización, muchas veces se impide a sus participantes llevar teléfonos, o dedicarse a otras actividades que las que se encuentran previamente establecidas como ejercicios intelectuales. Los evangelios empresariales suponen en sí mismos esta suerte de retiro por captación de la atención y concentración de sus lectores<sup>19</sup>.

### *La clase a la que pertenecemos.*

---

<sup>17</sup> *Ejemplo*: “Alex, si tú eres como casi todas las demás personas de este mundo, has aceptado tantas cosas sin cuestionarlas, que en realidad no estás pensando para nada” (GOLDRATT, Eliyahu M. y COX, Jeff: “*la Meta. Un proceso de mejora continua*”, Tercera Edición, Granica, Buenos Aires, 2007, pag- 57).

<sup>18</sup> *Ejemplo*: “¿Cuál era la naturaleza de las respuestas, las soluciones, que Jonah nos hizo desarrollar?. Todas eran razonables, y al mismo tiempo, se oponían directamente a todo lo que habíamos aprendido.” GOLDRATT, Eliyahu M. y COX, Jeff: “*la Meta. Un proceso de mejora continua*”, Tercera Edición, Granica, Buenos Aires, 2007, pag. 376)

<sup>19</sup> *Ejemplo*: “Por favor, para leer las páginas que siguen, busque un lugar donde esté a solas y nadie lo interrumpa. Suprima todo de su mente, salvo lo que venga leyendo y lo que yo le invitaré a hacer. Olvídese de su agenda, de su negocio, de su familia, de sus amigos. Dirija hacia mí toda su atención y su mente”. COVEY Stephen R.: “*Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva*”, Editorial Paidós, Buenos Aires, 2008, pag. 111).

De lo que se trata es de alcanzar una situación social, que se describe como un estado del ser, así que el mundo debe dividirse en categorías de acuerdo a las potencialidades de ese ser, las cuales no se dan en forma gradual (de menos a más) sino en forma acumulativa (de poco a mucho).

Hay clasificaciones previas que son útiles para efectuar el rotulado – troquelado de las pruebas a agrupar y los argumentos a describir, y señalar los presupuestos generales para el entendimiento de las herramientas de la autoayuda. La principal tiene que ver con la condición del lector. El lector no será exitoso por invención, sino por descubrimiento. Debe indagar dentro de sí hasta encontrar las aptitudes correspondientes y apropiadas. Bastará entonces con dejarlas en libertad y que se desplieguen sin accidentes ni limitaciones<sup>20</sup>. Así que las enseñanzas del evangelio empresarial no son nada más que un viaje de regreso a cada uno. Dado que el lenguaje en que se emite es el del mismo grupo social del que lo recibe; dado que ambos comparten el mismo universo, la misma noción de realidad, las mismas perplejidades y decepciones; dado que la forma testimonial supone un acercamiento personal de los que comparten sus palabras; y dado que “nada” puede surgir sencillamente de la “nada”, sino que ya debe haber “algo” allí donde sólo haya un “poco”.

En orden a las relaciones interpersonales, la clave está en ser ferozmente “transparente”. Esta transparencia apunta a la libertad de movimientos, la intangibilidad de la persona detrás de sus decisiones. El líder debe ser, se indica,

---

<sup>20</sup> *Ejemplo*: “Todos estos triunfadores creían firmemente que conseguirían grandes logros. Todos aquellos que se hicieron ricos estaban profundamente convencidos de que se harían ricos. Y por eso triunfaron”. (FISHER, Mark: “El Millonario Instantáneo”, Ed. Urano, Buenos Aires, 1989, pag. 62).



abierto a todos los cambios, de forma tal de no estar atado, disminuido o limitado por compromiso alguno<sup>21</sup>.

Finalmente, voluntad y destino se unen con la debida preparación y el correcto entrenamiento, como la revelación oportuna en el retiro del profeta. Sólo que en este caso, el retiro es más bien una asepsia y un apartamiento de los gérmenes, el sudor y las lágrimas.

Los exitosos “debemos serlo” (condición suficiente) por el desenvolvimiento inevitable de nuestras características y capacidades propias y compartidas (inclusión). Los no exitosos o fracasados “deben serlo” (condición necesaria) por malicia o torpeza evitables en el uso de esas características y por la falta de potenciación de esas capacidades (exclusión)<sup>22</sup>.

De allí que en muchos casos, la mejor estrategia sea la del descanso. No hay por qué apresurarse, si estamos donde queremos llegar.

### *La infalibilidad científica*

El título de este apartado es una figura literaria reconocida en retórica como “oxímoron”, una unión de términos que se excluyen lógicamente entre sí, como podría ser “el éxito económico de los pobres”. En efecto, la ciencia como

---

<sup>21</sup> *Comentario*: “El fin del panóptico augura el fin de la era del compromiso mutuo: entre supervisores y supervisados, trabajo y capital, líderes y seguidores, ejércitos en guerra. La principal técnica de poder es ahora la huida, el escurrimiento, la elisión, la capacidad de evitar el rechazo concreto de cualquier confinamiento territorial y de sus engorrosos corolarios de construcción y mantenimiento de un orden, de la responsabilidad por sus consecuencias y de la necesidad de afrontar sus costos”. (BAUMAN, Zygmunt Primera Edición en español – 2003 –, Novena reimpresión, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2008, pag. 17).

<sup>22</sup> *Ejemplo*: “Mi padre rico decía a menudo: ‘los pobres son más codiciosos que los ricos’. Explicaba que si una persona era rica, esa persona proporcionaba algo que los demás querían. En mi vida a lo largo de los años, siempre que he sentido la necesidad o la carencia de dinero o de ayuda, simplemente salí a buscar o encontré en mi corazón lo que quería, y decidí darlo primero. Y cuando dí, siempre me fue devuelto.” (KIYOSAKI, Robert: “Padre Rico, Padre Pobre”, Ed. Aguilar, Buenos Aires, 2005, pag. 232).

método objetivo de acercamiento y entendimiento de la realidad, presume, asume y se apoya en la falibilidad. Sin embargo, y 1) dado que las intuiciones y pequeñas seguridades fundamentales estudiadas desde la edad primaria se desmoronarían si en forma permanente fueran objeto de revisión; 2) el prestigio ganado por las ciencias duras, las que han conseguido prever numerosos acontecimientos, como la caída de una manzana arrojada al aire, o el ciclo permanente de las estaciones, supondría un basamento sedimentado en el que debemos confiar si no queremos ser tildados de necios; 3) las supuestas limitaciones de las ciencias sociales tienen que ver con su falta de quietud, reposo o conservación de los éxitos, y la molesta dificultad para medir aspectos tales como la alegría o el placer, la necesidad o el deseo, por lo que resulta bienvenida una visión estática de sus componentes y relaciones; 4) no nos importan las razones últimas sino sólo las instrumentales; y 5) el entendimiento y la exposición de las formas de enriquecerse deben formularse de manera clara, sencilla y contundente, para que cualquiera pueda beneficiarse de él sin entrar en sutilezas ni complejidades; se predica el carácter científico de las conclusiones y planteos realizados en la literatura analizada, a fin de otorgarle niveles de indubitabilidad e imparcialidad que los asemejen a una ley de la naturaleza.

Sin embargo de ello, puede decirse que en tanto las “leyes de la naturaleza” son permanentemente revisables y en efecto revisadas cotidianamente por los cultores de las diferentes disciplinas que estudian su funcionamiento, sobre la base de que todo saber “científico” es “provisorio”, la

indubitabilidad e imparcialidad pretendidas se asemejan antes que a una investigación académica, a una receta de cocina. Cantidades exactas y procedimientos escritos.

Escriba varias recetas, para distintos usos, protagonistas y escenarios. Cada receta será detentora de un gusto particular. Pero todas deben llevar a nuestro éxito.

No debe preocuparse por la coherencia externa entre las distintas leyes o afirmaciones<sup>23</sup>, ni siquiera por la coherencia interna de cada una de ellas o su causalidad<sup>24</sup>. Lo que debe hacer es entrelazar sus universos en forma secuencial, en el transcurso de un relato; o en forma sincrónica, por el mero orden de su exposición.

### *Troquelado para armar.*

---

<sup>23</sup> *Ejemplo:* En el trabajo de correlación, extensión y análisis de citas “Las 48 leyes del Poder”, de GREENE, Robert y ELFERS, Joost, (Editorial Atlántida, Buenos Aires, 2006) la Ley N° 5 “Casi todo depende de su prestigio; defiéndalo a muerte”, es abiertamente contradictoria con la Ley N° 6 “Busque llamar la atención a cualquier precio”. Los autores son conscientes de una incompatibilidad de ésta última con la ley N° 1 “Nunca le haga sombra a su amo”; y así lo indican en el párrafo de la “invalidación” de aquella, pero nada dicen respecto del juego entre las Leyes Nros. 5 y 6. Asimismo, existe otra tensión entre la Ley N° 16 “Utilice la ausencia para incrementar el respeto y el honor”, donde se relata la historia de Deioeces (denominado Daiakku en el trabajo comentado), relatada por HERODOTO, el sabio persa que se hizo rodear de siete murallas para crear la ilusión de su inalcanzable majestad (“Los 9 libros de la Historia”, Libro I, “Clío”, párrafo XCIX. Edición de Bartolomé Pou, El Ateneo, Buenos Aires, , pag. ) y la Ley N° 18 “No construya fortalezas para protegerse. El aislamiento es peligroso”; otra más entre la Ley N° 21 “Finja candidez para atrapar a los cándidos. Muéstrase más tonto que su víctima” y la Ley N° 34 “Actúe como un rey para ser tratado como tal”; y otra más entre la Ley N° 9 “Gane a través de sus acciones, nunca por medio de argumentos”, con lo indicado respecto de la Ley N° 27 “Juegue con la necesidad de la gente de tener fe en algo, para conseguir seguidores incondicionales” en el que explícitamente aconseja: “En primer lugar, para crear un culto deberá atraer la atención. No debe hacerlo por medio de sus acciones, que resultarán demasiado evidentes y fáciles de interpretar, sino a través de las palabras, que suelen ser brumosas y engañosas.” (op. cit., pag. 277). Cabe aclarar que en el Prefacio, los autores indican que las leyes expuestas en su trabajo “son definitivas y atemporales” (op. cit., pag. 26).

<sup>24</sup> *Ejemplo:* “En los negocios, *post hoc, ergo propter hoc* – (después de esto, por consiguiente a causa de esto) no es cierto generalmente, “Después de esto, por consiguiente *a pesar* de esto, es más cierto” (KAWASAKI, Guy, con MORENO, Michele: “Cómo volver locos a sus competidores” (Ed. Planeta, Barcelona, 2001, pag. 83).

La complejidad (entendimiento y superación de las variables y categorías manejadas clásicamente) resulta una consecuencia indeseada para la confección individual de abstracciones y modelos; y la integridad (la complementación de las afirmaciones que se viertan sobre determinado problema económico con otras perspectivas o instrumentos de análisis) deviene excluida por la autosuficiencia del cálculo de intereses, debida a su ascesis, precisión y seguridad.

La Economía, así como el Derecho, son ciencias sociales, derivaciones e instituciones de la historia, de la política y de las relaciones humanas. Esta aclaración conviene tenerla siempre a mano cuando se esté frente a planteos alarmistas (economía – catástrofe) o eufóricos (economía – festival) expresados en un texto de autoayuda financiera, o a través de los especialistas mediáticos.

Los análisis, conclusiones y previsiones del periodismo económico (no ya de los cultores de la Economía) pretenden resaltar los datos “objetivos” de la realidad, desprovistos de cualquier tendencia, voluntad o manipulación. Este grado de respeto por los cuadros y sistemas económicos los hace paradójicamente más esotéricos, en cuanto no resultan de conocimiento público. Sus diagnósticos y sus previsiones se hallan del lado de la inevitabilidad, en la que no puede hacerse intervenir otros factores ni convocarse a otros puntos de vista. Así, se distingue del periodismo jurídico (no ya de los cultores del Derecho) en cuanto a que éste señalaría el “deber ser” en tanto que la Economía señalaría el “tener que ser”.

Puede decirse que en los medios públicos de consumo (la televisión es un supermercado<sup>25</sup>), el análisis jurídico circula como moneda de curso legal, cuya legitimidad no depende de su observación, adecuación ni efectiva realización; en tanto que los pronósticos económicos se difunden como moneda de curso forzoso, ya que no es posible cargarlos de legitimidad debido a que no se procura su apoyo en un supuesto consenso acerca de sus características y funcionamiento, y no se lo procura por el mismo motivo por el cual no se somete a discusión la ley de gravedad.

La divulgación al uso del discurso económico suele estar asociada a los impedimentos, las dificultades o los desafíos. Supone la descripción de fenómenos, distancias y constancias como acontecidos en el “afuera”, como “necesarios” o “naturales”. La matematización de las reglas del mercado, de los cálculos de flujo y reflujo del capital, de las fórmulas de obtención de ganancia, y la gravedad y parquedad de sus cultores y academias, hacen la puesta en escena de una ciencia “dura”, análoga a las de la pura abstracción (lógica, álgebra, aritmética) y con el prestigio y la inmediatez de las de pura empiria (física, química, ecología).

---

<sup>25</sup> *Comentario:* Ello resulta claro en el sentido aducido por Bauman: “Los lugares de compras/consumo ofrecen lo que ninguna ‘realidad real’ puede ofrecer afuera: un equilibrio casi perfecto entre libertad y seguridad.

“Dentro de estos templos los compradores /consumidores pueden encontrar lo que vanamente han buscado afuera: el consuelo de pertenecer –la confirmadora impresión de formar parte de una comunidad.” (BAUMAN, Zygmunt: “Modernidad Líquida”, Primera Edición en español – 2003 –, Novena reimpresión, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2008, pag. 108). Así, los anaqueles en los “mall” son los agrupamientos de noticias de acuerdo a criterios tan caprichosos como los del interés común de una sociedad que no sólo coincide en que lo importante es tal o cual conflicto bélico sino el pasajero galán dueño del corazón de las mismas señoritas.

La literatura que aquí se comenta se abre camino en ese atolladero y lo perfora y atraviesa con lo que podríamos denominar como un sencillismo “troquelado para armar”.

“Sencillismo” indica que se hará un uso militante de frases y palabras cortas e inmediatamente inteligibles, como un valor en sí mismo. Con este término se quiere destacar un ámbito a igual distancia de cualquier clase de culteranismo o jerga técnica o profesional, como de la franca exposición de los procedimientos, métodos y objetos de investigación, a la que denominaríamos entonces “sencillez”. No es con más y mejores conocimientos como se libra la batalla, sino con la labor de las perspectivas<sup>26</sup>. Verlo todo desde otro lugar permite analizar y recoger datos, apreciar ventajas y oportunidades, y utilizarlos en provecho del beneficio económico<sup>27</sup>.

“Troquelado” supone que ese “sencillismo” está dibujado en la propia realidad que comenta y se extra fácilmente por las líneas punteadas.

“Para armar” indica que ese “sencillismo” no es una opción para el redactor del trabajo, ni una elección asumida en virtud del entendimiento de la estructura general planteada, sino un postulado que se defenderá en cada caso, en forma ad-hoc, incluso aunque conspire contra la claridad de las ideas. Con

---

<sup>26</sup> Ejemplo I: “El problema está en el modo en que vemos el problema” (COVEY, Stephen R.: Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva, Ed. Paidós, Buenos Aires, 2008, pag. 51).

Ejemplo II: “El fracaso no me sobrecogerá nunca si mi determinación para alcanzar el éxito es lo suficientemente poderosa” (MANDINO, Og, “El vendedor más grande del mundo, Emecé Editores, Buenos Aires, 2008, pag. 37).

<sup>27</sup> *Ejemplo:* “Hasta aquí todo está claro para mí – digo - . Tenemos que cambiar nuestra forma de pensar sobre la capacidad de producción. No podemos medir la capacidad de un recurso aisladamente, pues su verdadera capacidad de producción depende de dónde esté en la planta. Y tratar de nivelar la capacidad con la demanda para minimizar los gastos es lo que realmente nos ha arruinado. No deberíamos estar tratando de hacer eso en lo absoluto.

“-Pero así es como lo hacen todos los demás – dice Bob.

“-Sí, todo el mundo lo hace. O dice que lo hace. Como pudimos comprobar, es estúpido”. (GOLDRATT,

este término, por ende, entendemos referirnos a una noción instrumental igualmente distante de cualquier clase de aislamiento teórico como de la de cualquier idea de integridad.

*Cuantificar, organizar, esquematizar.*

El modo científico de referirse al mundo es intentar absorber a través de las múltiples miradas, sentidos y experiencias, aquellas significativas para su entendimiento. Así, la red de estímulos parte de las inmensas y complejas realidades y es recibida y encausada en los discursos y visiones de sus observadores.

En los trabajos analizados como modelos o ejemplos de evangelios empresariales, se suele clasificar y sistematizar el todo o las partes de sus discursos, mediante apelaciones a estructuras sinópticas y geométricas, como un modo de imbuirle de la cientificidad y la exactitud de las ciencias experimentales o “duras”. De allí la utilización de números, no sólo en la exposición interna del desarrollo de cada uno de los aspectos a tratar, sino hasta en el título o subtítulo mismo<sup>28</sup>. Estos números implican exhaustividad. En efecto, no se indican genéricamente “las patas del gato” sino que se pasa revista a “las

---

Eliyahu M, y COX, Jeff: “La Meta”, Ed. Granica, Buenos Aires, 2007, pag. 201.

<sup>28</sup> *Ejemplos:* “Las **7** leyes espirituales del éxito” de CHOPRA, Deepak, Ed. EDAF, 25° Edición, Madrid, 2008; “Conspiracy of the Rich – The **8** new rules of Money” de KIYOSAKI, Robert (<http://www.conspiracyoftherich.com/> consulta efectuada en febrero de 2009); y hasta la sátira del mundo de Wall Street “Dios es mi agente de bolsa - De cómo un monje descubrió los **Siete Mandamientos y Medio** para el Desarrollo Espiritual y Financiero”, de HERMANO TY, BUCKLEY, Christopher y TIERNEY, John, Ed. Plaza y Janés, Barcelona, 2000; “Las **48** leyes del Poder”, de GREENE, Robert y ELFFERS, Joost, Editorial Atlántida, Buenos Aires, 2006; “Exito Extremo: **49** secretos para hacerlo a lo grande y vivir una vida extraordinaria”, de MACKINNEY, Frank; “**50** claves para emprendedores” de FREIRE, Andy Freire, Ed. Aguilar; y “Los **7** hábitos de la gente altamente efectiva” de COVEY, S.R., Paidós, Bs. As., 2008. etc.”

cuatro patas del gato”, no dejando ninguna pata del gato afuera, ni trayendo ninguna pata de afuera del gato.

Los esquemas y clasificaciones allí confeccionados, no se corresponden con el material de la realidad que está siendo investigada o medida, sino con el material de los conceptos manejados para acceder a ella. No refieren a conceptos sino a palabras; no dan cuenta de reconocimientos o daciones de sentido, sino más bien de cierta “organización del caos”, que permita su exposición en forma narrativa.

Esta forma enumerativa de exposición trazará cuadros y señales allí donde pueda atravesar la realidad sin observarla. De este modo, se postulan distinciones, se requieren y acumulan datos y señales que resultan en una red que se dirige desde las leyes del éxito a las relaciones vitales, lo que resulta en una absoluta inversión del modo científico de referirse al mundo.

Una tras otra circulan las leyes, los postulados, las figuras, las fórmulas sintéticas<sup>29</sup> y los cuadros explicativos. No alcanzan a configurar un sistema ni se atraviesan o controlan uno a otro. Una a una son tratadas como conclusiones de un trabajo en el que por al mismo tiempo se presentan como postulados. El output es igual al *input*.

Establezca por ejemplo que es necesario llamar constantemente la atención. Dar de qué hablar. E indique al mismo tiempo que el prestigio es lo único que no puede perder jamás. Páginas más o menos imponga el deber de

---

<sup>29</sup> *Ejemplo*: “Hay otro modo de resumirlo:

“‘R2R’ / ‘E2E’ / ‘1@1’ / ‘P. ¿F.!A.’

“¿Está claro, no?.

De bicho Raro a bicho Raro; de Excéntrico a Excéntrico; de Uno a Uno, Preparados, ¿Fuego! Apunten.”



ser parco en señales e impredecible en las decisiones. Postule junto a todo eso el deber de ocultar su carta de triunfo hasta el momento de tenerla sobre la mesa. Ese revoltijo posee palabras para cada ocasión, y rebate las opciones asumidas desde un lado y desde el otro. Es imposible no tener respuesta para cada equivocación y para todos los aciertos.

### *Cómo hacerse infalible*

Se consigue el efecto de la infalibilidad abarcando todas las posibles respuestas. Se abarcan todas las posibles respuestas recorriendo todos los caminos. Se recorre n todos los caminos, en forma extensiva, atravesando impunemente las distancias entre distintas épocas, lugares, situaciones como se ha visto en el párrafo “Cuantificar, organizar, esquematizar”; y en forma intensiva, generando tensiones paradójicas.

Estas tensiones paradójicas suponen el sustento de dos fuerzas opuestas en su enunciado o consecuencias, sin dirimir el conflicto suscitado en su tironeo<sup>30</sup>. Así, por un lado se indicará el deber de ser agresivo y constante; y por el otro, se postulará la necesidad de mantenerse flexible y cambiante. Estas tensiones, de paso, permiten entrar un aire místico para nada incompatible con la vaguedad del pensamiento.

---

(PETERS, Tom: “Triunfar!”, Ediciones Nowtilus, Madrid, 2002, pag. 27.

<sup>30</sup> *Ejemplo I*: “8. Flexibilidad y rigor simultáneos. Las empresas exitosas deben ser centralizadas y descentralizadas al mismo tiempo” (“Los 8 Mandamientos del Éxito Empresarial”, Revista Alto Nivel, <http://www.altonivel.com.mx/interior/index.php?p=nota&idNota=18303>. Consulta efectuada en febrero de 2009)

*Ejemplo II*: “Si no se puede hacer, hágalo. Si no lo hace, no existe”; “Para ser creativo no hace falta ser creativo” (ARDEN, Paul: “Usted puede ser lo bueno que quiera ser”, Ed. Phaidon, traducido del inglés por Carme Franch para Equipo de Edición S.L., Barcelona, 2005, pags. 46 y 93).

Dado el par de opuestos “gana el caballo A” y “no gana el caballo A”, puedo optar sencillamente por la imprecisión “ganará un caballo”, o cubrir ambas posibilidades por la tautológica: “ganará el caballo A sólo si la apuesta es correcta”<sup>31</sup>, con lo cual la contradicción forma parte de la afirmación y se somete a sí misma a su autorreferencia.

Esta autorreferencia resulta útil por otra parte, para eliminar el examen del contexto, y esta eliminación nos ahorra entrar en consideraciones de tipo históricas, sociológicas o antropológicas, que nos aburren y distraen con sus derivaciones condiciones, y relatividades.

Cada paradoja consciente da la sensación de haber superado los niveles básicos de pensamiento, de la lógica tradicional. Así resultan adecuadas oraciones y consejos como: “Debes ser estable como una estrella fugaz, sólido como un fluido gelatinoso, fuerte como un gesto de ternura, persistente como una estrella fugaz”.

Las paradojas por lo general suponen un crecimiento en la dialéctica emprendida, en cuanto a que sugieren, reconocen y obtienen los medios de su desaparodijización, ya que nos encontramos en un nivel superior de análisis<sup>32</sup>.

---

<sup>31</sup> *Ejemplo:* “El principio de ganar /ganar es fundamental para el éxito en todas nuestras interacciones y abarca cinco dimensiones interdependientes de la vida. Empieza con el carácter, y a través de las relaciones fluye en los acuerdos. Se cultiva en un ambiente en el que la estructura y los sistemas se basan en ganar / ganar, y supone un proceso; no podemos alcanzar fines ganar / ganar con medios ganar / perder o pierdo / ganas”. COVEY, Stephen R.: “Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva, Paidós, Buenos Aires, 2008, pag. 244.)

<sup>32</sup> *Ejemplos:* “Estas reglas implican que no debemos buscar optimizar cada recurso del sistema – continúa Jonah - . Un sistema con aspectos óptimos no es un sistema óptimo para nada; es un sistema muy ineficiente.” GOLDRATT, Eliyahu M, y COX, Jeff: “La Meta. Un proceso de mejora continua”, Ed. Granica, Buenos Aires, 2007, pag. 297.).

Otra forma de abarcar lo inabordable es estableciendo clasificaciones sin ninguna apoyatura que suponga un género, criterio o categorías comunes. De este modo se indican por ejemplo Siete Tipos Gerenciales, Cinco Modos de Liderazgo, Tres Respuestas al Cambio, Ocho Tipos de Emprendimientos. En ellos, mediante la totalidad abarcada por el número exacto de cosas, se sugiere haber repasado la totalidad de cosas posibles. Y mediante la disparidad e inevitable lejanía entre un tipo y otro, entre una y otra modalidad, se sugiere abarcar toda la distancia y todas las caracterizaciones posibles, omitidas o salteadas.

Establezca, por ejemplo Nueve Formas de Leer el Diario: 1) Ingenua, que corresponde con aquellos que asimilan las palabras impresas a los hechos acaecidos, y es la propia del empleado que culminará sus días en el Departamento de Servicios Prescindibles; 2) Estratégica, que corresponde con aquellos que buscan las oportunidades momentáneas, propia de los oportunistas, cuya posición de ascenso no tendrá continuidad; 3) Descansada, que corresponde con aquellos que buscan entretenerse con el espectáculo de las novedades, propia de quienes pueden perder todo en un capricho; 4) Casuística, que corresponde con aquellos que buscan un dato o fenómeno concreto, propia de los conformistas, que no tienen visión de futuro, y que apenas pueden garantizar una posición consolidada; 5) Subjetiva, que corresponde con aquellos que buscan el tono editorial en los adjetivos, que corresponde con aquellos que pueden ser buenos asesores pero pésimos artífices; 6) Curiosa, que corresponde con aquellos que recorren tangencialmente las páginas en busca

de una nota fuera de lo común, como el encuentro con un pez extraterrestre, o el aterrizaje de un perro radiactivo, propia de quienes creen hacer del ocio un valor en sí mismo, desinteresándose de la función comercial de sus vidas; 7) Trágica, que corresponde a aquellos que ven señales apocalípticas en cada uno de los titulares, propia de los precavidos temerosos, de los que no puede esperarse sino políticas conservadoras, en medio de un mundo de continua innovación; 8) Indagatoria, que corresponde a aquellos que sólo revisan los avisos clasificados, propia de excelentes secretarios, que cumplen puntualmente a lo requerido, pero sin capacidad de crecimiento; y 9) Comprensiva, que corresponde al líder, que examina cuáles notas, formas, chistes, juegos y clasificados pueden ser encaminados para sus propios objetivos.

Nótese, en este pequeño e improvisado ensayo clasificatorio, que las categorías no tienen una lógica común, ni dependen de elementos comunes en juego, según su distribución, actividad, dimensión o grado<sup>33</sup>. Así, ¿no existiría al lado del lector trágico un lector esperanzado?, ¿no habría alguna categoría escéptica al lado de la ingenua?, ¿qué se ha tomado en cuenta para establecer en una misma clasificación elementos psicológicos (forma Trágica), sociales (forma Subjetiva), políticos (forma estratégica) y lúdicos (formas Descansada y Curiosa) o con qué criterio integrador se lo ha hecho? ¿no hay intermedio alguno entre cualquiera de las modalidades señaladas y la indicada como Comprensiva?. Estos espacios categoriales quedan omitidos, pero de alguna

---

<sup>33</sup> *Ejemplo:* La clasificación de adversarios que se efectúa en “Las 48 leyes del Poder”, de GREEN, Robert y ELFFERS, Joost, Editorial Atlántida, Buenos Aires, 2006, pags. 188/9, incluye sólo cinco tipologías: El “hombre arrogante y orgulloso”, el hombre “desesperadamente inseguro”, el “rey de los desconfiados”, “la serpiente de larga memoria” y “el hombre común, discreto y (a menudo) poco inteligente”. ¿Puede el lector

forma incluidos en la totalidad abarcativa de los Nueve Formas de Leer el Diario, que implícitamente son las Únicas Nueve Formas Posibles de Leer el Diario.

A modo de ejercicio, intente escribir Siete Formas de Rascarse el Pelo en Público; Cuatro Maneras de Sacarse los Anteojos, Cinco Tipos de Vendedores de Pancho; o Diez Formas de Comer Helado.

### *La noticia y la anécdota*

Los libros de autoayuda, y sobre todo los de tenor empresarial, de liderazgo o emprendimiento, suelen ser los primeros en ventas dentro de la literatura no ficcional. Al mismo tiempo, los noticieros televisivos ocupan el primer lugar en la medición del *rating*, descartando los programas de ficción. Unos y otros se atraen y repelen por la misma condensación de lo importante en una desarticulada enumeración.

Las cosas que deben saberse son apenas unas cuantas, tal como las cosas que deben tenerse. Parecer informado, estar a tono... Para dar la sensación de que se lo sabe todo, apenas deben indicarse los trozos superficiales de ese conocimiento; para dar la sensación de que se lo tiene todo, basta con presentarse con los últimos atavíos de moda.

Para la conversación cotidiana, hace falta estar enterado de las últimas noticias. Para presumir de reflexivo, hace falta tener a mano unas cuantas fórmulas no muy ordinarias ni previsibles.

---

indicar en función de qué criterio común se ha efectuado esa tipología, en orden a cuáles factores y categorías que agrupen y distinguen cada uno de los casos?.

Dar la impresión de que se han leído muchos libros y conocido muchas culturas citando algunos aquí y allá, e indicando viajes, relaciones y pertenencias, siempre merece un lugar destacado en el trato social. Estos símbolos del lenguaje social y del esfuerzo individual, aparecen como consuelo o explicación (ya que no legitimación) del éxito obtenido.

Sin embargo de ello, ese alarde de cultura no debe convertirse en una preocupación. Simplemente es una vestimenta, a través de la cual reconocernos de un modo más fuerte como parte de un mismo grupo. Obsérvese a este respecto la eminente preocupación por la presentación en público y la crítica despiadada contra las desprolijidades o incongruencias en el vestir.

Del mismo modo como la “noticia” sólo muestra el contorno o superficie suficiente de las cosas como para que no colisionemos con ellas, el “éxito” sólo da cuenta de las señales de su acaecimiento. La noticia sólo nos brinda “datos” con los cuales operar, pero insuficientes para comprender.

El equivalente de la “noticia” en el aprendizaje financiero, es la “anécdota”. Un relato sin contexto, pasado, futuro, historia o densidad. Inprobables por pertenecer a la literatura oral o a la leyenda del mundo empresarial, se presentan con una autoridad basada en los personajes que la animan (prestigiosos y convenientemente muertos o alejados como para desmentirlas) o el éxito al que hacen referencia.

La anécdota, que participa de las virtudes del testimonio, da ejemplo y escenificación de las afirmaciones, hace las veces de comprobación empírica de las leyes sugeridas.

Pero hay más, a fin de sostener las leyes sugeridas, hace falta su construcción teórica y su ensayo y experimentación, los que aparecen suplidos por los cuadros de las fábulas. Ratones, tortas, zorros y leones reviven de su sueño infantil, en el que formaban parte de una mitología hermosa y fantástica, para llevar y traer pequeñas y egoístas ambiciones del mercado.

Postule una hipótesis y haga de esa hipótesis la exposición, el desarrollo y el resultado de su teorema. Jamás podrá equivocarse.

Haga su punto de partida con el de llegada<sup>34</sup>: Quien posea las mejores cartas, ganará la mano. Quien posea las mejores manos, ganará la partida. Haga la prueba. Experimentelo usted mismo. Y verá que en todos los casos, la regla se verificará.

### *Fábulas legislativas*

Las moralejas y los ejemplos resultan limitadas para incluir preceptos secuenciales o sistémicos, por lo que se dicta una fábula a través de la cual excusar el paso o la prescripción de determinadas leyes de los negocios.

Así, el relato de cualquier suceso puede dar lugar a un orgánico y paulatino aprendizaje.

La unidad narrativa se corresponde con la unidad argumental. Se manejan algunas variables, se las hace jugar en un escenario construido para su

---

<sup>34</sup> *Ejemplo*: “Una revisión de la declaración financiera de mi padre rico muestra por qué los ricos se vuelven más ricos. La columna de activos genera más ingreso del necesario para cubrir los gastos, y el sobrante es reinvertido en la columna de activos. La columna de activos continúa creciendo, y por lo tanto, el ingreso que produce crece con él. El resultado: El rico se vuelve más rico” (KIYOSAKI, Robert: “Padre Rico, Padre Pobre”, Ed. Aguilar, Buenos Aires, 2005, pag. 105).

lucimiento, y luego el circuito de la acción debe responder a cada una de las preguntas necesarias para formular las leyes requeridas.

Así, un paseo en fila de niños a través de un camping formula las leyes sobre la dinámica de los “hechos dependientes” y las “fluctuaciones estadísticas”<sup>35</sup>; de la búsqueda de Moby Dick por el capitán Achab, según la novela de Melville, se deducen tres lecciones de la lucha contra la competencia<sup>36</sup>.

Lo esencial es tejer una serie de sucesos que constituyan una totalidad cerrada. Nada saldrá de allí. Nada podrá entrar allí. Luego, cualquier significado deberá insertarse con ese perímetro de sucesos; y cualquier significante deberá contrastarse y corregirse con ellos. Luego, hace falta nombrar las leyes sugeridas por esos sucesos como principios universales de la física, indicando proporciones directas e inversas (del tipo “cuanto más A, más B”, o “cuanto menos A más B”), y condicionales necesarios, suficientes, y necesarios y necesarios (del tipo “sólo si A, entonces B”, “siempre que A entonces B” o “sí y sólo si A, entonces B”). Luego, sólo hace falta su coordinación y explicitación y todo estará hecho.

Pruebe con cualquier cuento clásico. Caperucita Roja puede ser un buen ejemplo. Caperucita iba a la casa de la abuela con una canastita que su madre le había dado, recomendándole no pasar por el bosque, ya que era peligroso. Desoyendo a su madre, la niña se aventuró por el bosque y allí fue interceptada por el lobo, quien se enteró por una artimaña hacia dónde se dirigía.

---

<sup>35</sup> *Ejemplo extraído de:* GOLDRATT, Eliyahu M. y COX, Jeff: “la Meta”, Tercera Edición, Granica, Buenos Aires, 2007, pags 143 a 167.

<sup>36</sup> *Ejemplo extraído de:* KAWASAKI, Guy, con MORENO, Michele: “Cómo volver locos a sus competidores”, Ed. Planeta, Barcelona, 2001, pag. 70)



Aprovechando las distracciones de Caperucita, quien se detuvo varias veces a recoger flores, el lobo llegó primero a la casa de la abuela, se la comió, vistió sus ropas y esperó a Caperucita. Cuando ella llegó, le llamaron la atención sus facciones salvajes, así que tuvo lugar el siguiente diálogo: - “Abuelita, qué orejas tan grandes tienes...” - “Son para oírte mejor” – contestó el lobo, poniendo voz de dulce anciana. Y luego: -“...Y qué ojos tan grandes...” – Son para verte mejor” – contestó el lobo una vez más, con voz apocada y femenina. Y al fin: - “...Y qué boca tan grande...” – Allí fue cuando el lobo se abalanzó sobre ella al grito salvaje de: – “Para comerte mejor”. Y se la comió. Luego vendría el cazador, mataría al lobo y sacaría de su estómago, vivas y relucientes, a la abuela y a Caperucita.

¿Cuántas leyes pueden extraerse de este cuento?. Por lo menos diez:

- 1) Ley de la incertidumbre de los hábitos (Proporción directa): Cuanto más arraigados estén los hábitos o las conductas observadas en virtud de un mandato supremo explícito o implícito, más incertidumbre se crea alrededor de ellos. (En el cuento, la orden de la madre de no desviarse del camino).
- 2) Ley de la densidad de los caminos (Proporción directa): Cuanto más extensas sean las distancias hasta la meta, habrán mayores probabilidades de que surjan imprevistos.
- 3) Ley de los intereses múltiples (Proporción inversa): Cuanto menos parecido sea alguien a nosotros, tantos más intereses divergentes tendrá, a través de nuestros mismos objetivos (En el cuento, la

aparición de lobo en el bosque y sus preguntas por las flores y la abuela)

- 4) Ley del dato inadvertido (Proporción inversa): Cuanto más menos advertido pase un dato, una información, o una confidencia, tantos más lazos causales desencadenará. (En el cuento, la revelación a un lobo disfrazado, de que se dirigía a la casa de su abuelita. Y también, el hecho de que evidentemente la abuela no tiene la apariencia de un lobo).
- 5) Principio de confluencia (Condición necesaria): Sólo con conocer un objetivo, se llega primero a la meta. (En el cuento, la distracción de Caperucita que permite al lobo llegar a la casa de su abuela mucho antes que ella).
- 6) Principio de la debilidad del objetivo (Condición necesaria): Sólo cuando llegamos al objetivo, sabemos cuán frágil y fugitivo era. (En el cuento, el encuentro con el lobo disfrazado de abuela).
- 7) Principio de la continuidad de la extrañeza (Condición suficiente): Siempre que exista una extrañeza, otras más existirán, si no hallamos la razón que la naturalice. (En el cuento, la rara apariencia de las orejas y los ojos de la abuela).
- 8) Principio de la centralidad del mercado (Condición suficiente): Siempre que domines un mercado, dominarás a sus proveedores (En el cuento, el apoderamiento de la abuela y la espera y posterior consumo de Caperucita, por el lobo)

- 9) Ley de la revisión final (Condición suficiente y necesaria: Sí y sólo si tenemos un equipo de revisión final de calidad, podemos evitar los más graves accidentes (En el cuento, la previsión de la aparición del cazador).
- 10) Ley de la firmeza moral (Condición suficiente y necesaria). Sí y sólo si permanecemos firmes en medio de las dificultades, la ayuda será de provecho. (En el cuento, el hecho de no haber sido masticadas ni digeridas por el lobo, permitió el rescate sano y salvo de la abuela y Caperucita).

Ninguna de estas leyes o principios puede ser sometida a prueba, ya que la fábula actúa al mismo tiempo de prueba y exposición; de naturaleza a observar y de experimento observado. En este sentido, resulta tan infalseable como un testimonio testeado contra sí mismo.

*¿Por qué no hay películas de autoayuda?*

El relato de UNA anécdota o historia, o aún de UN grupo de historias contrastadas de distintas experiencias de éxito y fracaso, aparece demasiado concreta como para servir de ejemplo, y demasiado circunstanciada como para servir de modelo. El personaje se encuentra demasiado expuestos como para permitir (excepto en una formulación arquetípica que la haría totalmente absurda y artificiosa) el relato del espectador como personaje; y la experiencia narrada se encuentra demasiado acabada como para permitir su observación como promesa, consejo o vaticinio.

La relación con el protagonista, en el caso de la autoayuda, ya no es de identificación sino de traslación u ocupación.

La relación con el relato, en el caso de la autoayuda, ya no es de verosimilitud, sino de pertinencia.

La imprecisión, por lo tanto, es definitoria del género salvífico empresarial, así como también su plausibilidad de apropiación, adecuación o incorporación de la experiencia propia.

No hay historia allí donde el mérito es sólo ser reconocido<sup>37</sup>; el valor es simplemente estar ahí, las decisiones del protagonista deben volverse transparentes y atravesar las voluntades de los otros de forma tal que estos otros creen que son propias. Donde las relaciones se predicen como variables en una lista de compras, con dinero que emite el experto en recursos humanos.

El desarrollo de la noticia deja de ser noticia, las costuras de un vestido dejan de ser un asunto fashion. Un punto de giro no es una primicia. Las vicisitudes de un personaje no vienen de accesorio al muñeco que lo representa. Las historias no pueden tenerse, sino recordarse. Por otra parte, las sucesión de cuadros, escenas y situaciones dificultan la generación y consolidación de las paradojas, por lo que buena parte de las afirmaciones y los juicios del metalenguaje pierden su oportunidad de lucimiento. Finalmente, el presente continuo del éxito no admite formatos dramático narrativos.

---

<sup>37</sup> *Comentario*: “Lo más frecuente es que los pocos segundos intercalados como en sándwich entre los programas – los ‘comerciales’– reflejen una comprensión más verdadera del medio. Simplemente, no hay tiempo para la forma narrativa, tomada en préstamo de la primitiva tecnología de la imprenta. Hay que abandonar la continuidad del relato.” (MC LUHAN, Marshall y FIORE, Quentin, coordinado por AGEL,

*La magia hace milagros.*

La magia supone la obtención de lo uno en lo otro, a través de la transformación, el contacto, la simpatía o el contagio.

A través de la transformación, ayudando a identificar, desarrollar y apuntalar al líder que hay en cada uno de nosotros, dentro de nosotros pero más allá de nosotros. A través del contacto, invitándonos a tener las actitudes de aquellos a quienes envidiamos. A través de la simpatía, consiguiendo la complicidad de dichas personas o de los métodos que aprehendemos de dichas personas. A través del contagio, reproduciendo su justa o injusta práctica de superioridad.

A través de la repetición de las mismas palabras, nos transportamos a los mismos lugares, situaciones y emplazamientos que la de aquellos que las pronuncian desde los púlpitos y los escenarios de la brutal intimidad (promiscua) de los ricos y famosos.

Un discurso único, dogmático, que traduce en la metáfora del desarrollo empresarial cualquier asunto, ocupación, inclinación, defecto o virtud de los mortales, y a través del cual Todo puede ser Lo Mismo.

Que las palabras expuestas en un libro puedan hacer algo más que debatir ideas ya determina un pensamiento mágico, de presuntuoso efecto de los tipógrafos. Que esas mismas palabras puedan ayudar a sus lectores, ya establece un sentido a dicha magia, la vuelve voluntariosa; ni ciega, ni oculta, ni irresponsable fenómeno de las pulsiones cósmicas. Que se pueda intervenir en

---

Jerome: "El medio es el masaje – Un inventario de efectos", Editorial Paidós, Buenos Aires, 1997, pag. Sin numerar N° 125)

los contornos y meandros de los fenómenos económicos, utilizando el egoísmo, el capricho, la rapiña y la ansiedad de nuestra civilización de consumo a favor nuestro, habla de la carnalidad de sus medios y procesos, su probada eficacia a través del contacto con el barro de las formas. Que esa ayuda, sea por ende, concreta, efectiva y mensurable, ya la impone como un plan o modelo de vida. Y que no se pida nada a cambio de este modelo (el libro ya lo pagamos antes de leer) y por el contrario pida su multiplicación, conlleva la conversión de dicha magia en un milagro<sup>38</sup>.

Un milagro administrado por iglesias cuyos seguidores no se encuentran marcados por la humildad, sino por la suficiencia. Iglesias que no buscan superar al mundo, sino aprovecharse de él.

Nada por aquí, nada por allá, y en el medio de ambas desesperaciones, apenas la preocupación por la acumulación de pequeños egoísmos, ya que no seguridades.

### *La guía turística.*

Una guía turística genera la ilusión de haber aprehendido la sustancia de un determinado lugar, en una rápida recorrida<sup>39</sup>.

---

<sup>38</sup> Ejemplo: “Hoy multiplicaré mi valor en un ciento por ciento.

“Para que crezca y se multiplique es necesario plantar el grano de trigo en la oscuridad de la tierra, y mi fracaso, mi desesperación, mi ignorancia y mis inhabilidades son la oscuridad en la cual he sido plantado a fin de madurar. Ahora, como el grano de trigo que brotará y fructificará solamente si es nutrido por la lluvia y el sol y los vientos tibios, yo también debo nutrir mi cuerpo y mi mente para cumplir mis sueños. Pero para crecer hasta llegar a su plenitud el trigo debe esperar los caprichos de la naturaleza. Pero yo no necesito esperar porque tengo el poder para escoger mi propio destino”. (MANDINO, Og, “El vendedor más grande del mundo, Emecé Editores, Buenos Aires, 2008, pag. 100).

<sup>39</sup> *Comentario*: “La Tierra ancestral se desarticula. La Globalización determina los lugares de combate para un mundo rentable y, por lo tanto, estandarizado: las empresas. El Management folkloriza las genealogías de los pueblos, promueve identidades revocables, venda cultura – amalgama” (LEGENDRE, Pierre, “Dominium Mundi”, Ed. Amorrortu, Buenos Aires, 2008, pag. 49.

Intente reconstruir con sus palabras, con sus ejemplos, desde otro ángulo o desde otro punto de salida, el desarrollo de la guía turística. Se verá obligado a repetir el orden de su exposición, aparición o encadenamiento, ya que nada une a un sitio con otro, a un momento con otro, sino el frágil hilo artificial del recorrido pactado. Así: “Veremos la laguna del Misterio, donde se dice que habita un monstruo de la prehistoria; luego haremos un paseo en caballos; almorzaremos en la cabaña donde tuvo lugar el primer concierto del folklore de la zona, de 1910, teniendo ocasión para los que así lo deseen, de escuchar unos minutos de la grabación de aquella época; después de comer podremos recorrer el museo del arquitecto Gonzalez, que posee la más grande colección del mundo de artículos relacionados con las películas de Charles Bronson; más tarde, nos dirigiremos en ómnibus a la reserva aborigen de Isaluden, donde nos recibirá la comunidad del lugar con sus danzas típicas; luego nos dirigiremos al río Dale Dale, en el que haremos una travesía en kayaks; y finalmente regresaremos al hotel para la cena con boleros románticos a la luz de las velas”. Programas como este, lógicamente imposibles, sólo pueden ser unidos por su secuenciación. De este modo, el ritual se rigidiza, lo cual es bienvenido y exigido por el turista, ya que le permite el agotamiento de las posibilidades de disfrute conforme lo entiende la empresa contratada.

Unos a otros se van sucediendo los paisajes, las historias, las reseñas, experiencias, causas y concausas, y destinos; solidificados en el folleto, la efeméride o el monumento<sup>40</sup>. Este también es el proceder de los noticieros

---

<sup>40</sup> *Comentario:* “La supermodernidad no es el todo de la contemporaneidad. En la modernidad del paisaje baudeleriano, por el contrario, todo se mezcla, todo se unifica: los campanarios son los "dueños de la

televisivos, en los que inmediatamente después del relato de un desastre ecológico irreversible nos detallan el vestido de la actriz porno del escándalo veraniego. Del mismo modo, también, procede el repaso de algunas cuantas regularidades, el recuento de otras cuantas curiosidades y la reunión de unos cuantos testimonios, para pretender la suficiente preparación para el entendimiento de las finanzas, del mercado, de sus posibilidades y sus proyecciones. De allí que la exposición tenga el carácter de una exhibición itinerante, de un mapa orientador, de una descripción entusiasta. Esta exhibición, este mapa, esta descripción, al mismo tiempo, fundan en la imaginación del lector, el desarrollo y encadenamiento de las acciones que debe llevar a cabo para satisfacer su ambición. Así, se tiene acceso a un lugar que sólo puede ser sostenido mediante un movimiento permanente. Un lugar movedizo, pero accesible, confiable, prometido, semejante a las “ciudades perfectas” del Renacimiento, ideadas como modelo para solucionar los problemas de la vida en comunidad; pero acotada a los “emprendimientos perfectos”, indicados como fórmulas para vencer los factores de cualquier posible fracaso individual. Una utopía montada sobre una cinta sinfín.

---

ciudad". Lo que contempla el espectador de la modernidad es la imbricación de lo antiguo y de lo nuevo. La sobremodernidad convierte a lo antiguo (la historia) en un espectáculo específico, así como a todos los exotismos y a todos los particularismos locales. La historia el exotismo desempeñan el mismo papel que las "citas" en el texto escrito, estatuto que se expresa de maravillas en los catálogos editados por las agencias de viajes. En los no lugares de la sobremodernidad, hay siempre un lugar específico (en el escaparate, en un cartel, a la derecha del aparato, a la izquierda de la autopista) para las "curiosidades" presentadas como tales: ananás de la Costa de Marfil, los "jefes" de la República de Venecia, la ciudad de Tánger, el paisaje de Alesia.

“Pero éstos no operan ninguna síntesis, no integran nada, autorizan solamente el tiempo de un recorrido, la coexistencia de individualidades distintas, semejantes e indiferentes las unas a las otras.” AUGÉ, “Los no lugares – Una antropología de la sobremodernidad”, Ed. Gedisa S.A., Barcelona, 2000, pag.113/4 )



Las ocupaciones son espacios. Las aspiraciones son espacios. A fin de que coincidan, debe lograrse cierta identidad entre unos y otros. Las acciones de sostén de la utopía requieren de una serie de rituales y rutinas dinámicas y persistentes (el cruce de caminos); y de su multiplicación en cantidad, mérito o velocidad, para avanzar un sólo paso. La rutina como sacrificio, y la fórmula como voluntad.

Se solapan, suceden y sobreponen distintos testimonios como ecos de uno solo, cuyo contenido íntegro se sugiere en virtud de sus resonancias.

Se apilan, yuxtaponen y conservan distintas frases de autores célebres como coincidentes en ciertos puntos apenas indicados o asociados en ellas.

Se pronuncian y postulan observaciones, leyes, consejos, advertencias y generosidades, como hitos de un sistema cuyo funcionamiento depende de su probable coincidencia.

Todo lo cual hace de la literatura salvífica de la empresa, una feroz enumeración, un retorno memorístico que guarde la más estricta fidelidad a su fuente, en los modos, clases, formas y términos de exposición, lo que deviene rápidamente en dogma, con el agravante de que, siendo instrumental por definición (de uso práctico y aplicable) convierte a la sustancia en accidente, y sustituye al “credo” consciente por la “liturgia” persuasiva.

Sabemos entonces dónde está la “Fuente de los Deseos”, el “Galpón de los Sueños” y la “Fábrica de Ilusiones”. No sabemos sin embargo en qué ciudad de qué país, de qué continente o Universo se encuentran. Todo lo que pueda unir a las partes se limita al folleto otorgado en la agencia de viajes. Si el

generoso guía no nos lleva, no podremos llegar hasta ninguno de los rincones prometidos.

### *Abarcando el infinito*

En todos los casos las conclusiones deben obedecer a un desarrollo y una exposición suficientes. Nada más suficiente y completo que el infinito.

Abarcar el infinito por enumeración resulta imposible.

Definir al infinito sería atentar contra su naturaleza, ya que precisamente su característica “definitoria” es no tener marcos limitantes que permitan cercarlo.

Sin embargo, hay imágenes que permiten vislumbrar el infinito, como un espejo frente a otro, en el que se refleja el reflejo del otro, que refleja el reflejo del otro y así sucesivamente; la filmación de una filmación que se contiene a sí misma; el largo camino hasta el punto de partida; la previsión de un conjunto de cosas que se contienen a sí mismas, formas todas de la autorreferencia y de la multiplicación sucesiva de un mismo suceso, dibujo o trayectoria, de los cuales los trabajos de M.C. Escher resultan esclarecedores.

¿Cómo utilizar los mismos recursos en un trabajo literario?. Colocando al autor del trabajo como personaje o a su personaje principal como autor o testigo de ella misma; tejiendo argumentos cuyas premisas sean conclusiones unas de otras<sup>41</sup>, estableciendo principios o consignas paradójicos que generen una

---

<sup>41</sup> *Ejemplo*: “De manera entonces que nacerá un hábito nuevo y bueno, porque cuando un acto se hace fácil mediante la repetición constante, se convierte en un placer realizarlo, si es un placer realizarlo corresponde a la naturaleza del hombre el realizarlo con frecuencia: cuando lo haga con frecuencia se convierte en un hábito y yo me convierto en su esclavo y puesto que éste es n buen hábito, éste es mi voluntad” (MANDINO, Og: “El vendedor más grande del mundo”, Emecé Editores, Buenos Aires, 2008, pag. 68.

dialéctica permanente e inconciliable<sup>42</sup>; aludiendo a la inclusión de ejemplos por omisión o por simple salto de época; generando categorías que agrupen características entre las que se encuentran esas mismas categorías<sup>43</sup>; asimilando la igualdad o equivalencia entre la parte y el todo<sup>44</sup>; argumentando con el resultado el procedimiento para llegar a él<sup>45</sup>; u otorgando a la lucha por la empresa una dimensión prometeica.

### *Naturaleza y naturalidad.*

---

<sup>42</sup> *Ejemplos:* De nuevo ocurre desde los títulos la aplicación de esta regla. Así: “Blink. The art of thinking without thinking” de GLADWELL, Malcolm; “Fracasos exitosos”, de STAMATEAS, Bernardo, Ediciones B Argentina, para el sello Javier Vergara Editor, Buenos Aires, 2007.

<sup>43</sup> *Ejemplo:* “¿Qué es un activo? – preguntó Mike.

“No te preocupes por eso en este momento – respondió mi padre rico – Sólo asimila la idea. Si puedes comprender la sencillez, tu vida tendrá un plan y será sencilla desde el punto de vista financiero. Es sencilla, y por eso la idea es pasada por alto”.

“¿Quieres decir que todo lo que necesitamos saber es qué es un activo, adquirirlo y nos volveremos ricos? – pregunté.

Mi padre rico asintió con la cabeza: “Así de sencillo”.

“Si es así de sencillo, ¿por qué no es rico todo el mundo? – pregunté.

“Mi padre rico sonrió: “Porque la gente no sabe la diferencia entre un activo y un pasivo”. (KIYOSAKI, Robert: “Padre Rico, Padre Pobre”, Ed. Aguilar, Buenos Aires, 2005, pag. 83/4).

Este pequeño diálogo sobre las categorías rico / pobre, activo / pasivo, puede volver a empezar en este punto, generándose un círculo vicioso en que una categoría se define por la otra y ninguna es aclarada finalmente.

<sup>44</sup> *Ejemplo:* “Regla 3ª: ¿Todos los proyectos pequeños contienen el ADN de toda una empresa!” (PETERS, Tom: “Triunfar!”, Ed. Nowtilus S.L., Madrid, 2002, pag. 39).

<sup>45</sup> *Ejemplo I:* “Son ricos y poderosos porque querían ser ricos y poderosos” (ARDEN, Paul, “Usted puede ser lo bueno que quiera ser”, Ed. Phaidon, traducido del inglés por Carme Franch para Equipo de Edición S.L., Barcelona, 2005, pag. 3.)

*Ejemplo II:* (Argumento circular acerca de los exitosos y las posibilidades de su éxito):

“He aquí mi teoría de los motivos.

“Los empleados que ocupan el 20 % superior de una organización casi nunca se lamentan de cómo compaginar vida personal y laboral, un hecho posiblemente vinculado a sus dotes intrínsecas: en casa, como en trabajo, son tan inteligentes, organizados y competentes que han ideado y puesto en práctica soluciones sostenibles. (...)

“Los empleados con un rendimiento por debajo de la media, por el contrario, tienen tres elementos en contra. Primero, son menos expertos en organizar su tiempo y distinguir prioridades, no sólo en el trabajo, sino también en casa. Segundo, a causa de su rendimiento mediocre, a muchos de ellos ya les han informado de sus escasas posibilidades de progreso, lo que reduce su autoestima y hace aumentar su ambivalencia. Finalmente, no tienen la seguridad financiera del 20 % superior, lo que les proporciona escasos recursos para ‘comprar’ la ayuda de niñeras, educadoras o canguros.” (WELCH, Jack, con WELCH, Suzy: “Winning”, Ediciones B, S.A. para el sello Zeta Bolsillo, Montevideo, 2008, pag. 349).

La naturaleza es burda, por incivilizada. Sus acciones y reacciones son propias de la especie, no del individuo. Nuestro crecimiento personal, por ende, debe alejarnos del comportamiento instintivo.

Sin embargo, la naturaleza tiene valores que exceden los de la mera sobrevivencia. Su equilibrio, diversidad, vastedad, riqueza, perdurabilidad, delicadeza y fuerza vital, son atributos que bien vale la pena imitar.

De forma tal que si bien corresponde llevar a cabo el citado alejamiento de lo natural, a fin de diferenciarnos y superarnos, del resto de lo salvaje o inanimado, esa distancia debe ser asumida con naturalidad.

La naturaleza regirá los movimientos de la masa. Los hombres destacados deberán regirse por la naturalidad<sup>46</sup>.

La naturaleza requiere sacrificios para lograr algo. La civilización puede lograr cosas sin siquiera perturbarse<sup>47</sup>.

---

<sup>46</sup> *Ejemplo*: “Uno de los primeros escritores europeos que enunció estos principios surgió de un ambiente tan alejado de lo natural como lo fue la corte renacentista. En *The Book of the Courtier* (El libro del cortesano), publicado en 1528, Baltasar Castiglione describe los modales exquisitamente elaborados y codificados del perfecto cortesano. Sin embargo, Castiglione explica que el cortesano deberá realizar todos estos gestos con lo que él denomina ‘spezzatura’, la capacidad de hacer que lo difícil parezca fácil y sencillo. Insta al cortesano a ‘ejercer en todas las cosas una cierta displicencia que oculte cualquier tipo de artificio y haga aparecer como si uno diga o haga como algo hecho de modo distendido y sin esfuerzo’. Todos admiramos cualquier tipo de logro extraordinario, pero si es alcanzado con gracia y naturalidad nuestra admiración se multiplica” GREENE, Robert y ELFERS, Joost : “Las 48 leyes del Poder”, Editorial Atlántida, Buenos Aires, 2006, pag. 315/6)

<sup>47</sup> *Comentario*: “La abstención ostensible de trabajar se convierte en la seña convencional del éxito pecuniario y de la reputación; e inversamente, dado que la dedicación al trabajo productivo es un signo de pobreza y sujeción, esta actividad se vuelve incompatible con una posición de prestigio en la comunidad. Los hábitos de productividad y de ahorro, por tanto, no son uniformemente fomentados por una predominante emulación pecuniaria. Por el contrario, este tipo de emulación desanima indirectamente la participación en el trabajo productivo. Aún más, si el trabajo productivo no hubiera sido considerado indecoroso por la tradición cultural del estadio anterior, éste se habría vuelto indefectiblemente deshonoroso por ser evidencia de pobreza. Para la antigua tradición de la cultura depredadora, el esfuerzo productivo debe evitarse por ser indigno del hombre fuerte, y esta tradición se refuerza en lugar de descartarse en el pasaje de la forma de vida depredadora a la cuasi-pacífica.” (VEBLEN, Thorstein: “Consumo ostentoso”, Ed. Mil uno, Buenos Aires, 2008, pag. 51.

Los mediocres salvajes necesitan trabajar muy duramente durante los mejores años de su vida, a fin de satisfacer un retiro más o menos holgado, a una edad en la que ya no puede disfrutarlo. Los civilizados logran crecer abrumadoramente sin comprometer su tiempo libre<sup>48</sup>.

*Lo que se buscó por tanto tiempo, “siempre estuvo allí”*

Dentro del inmenso caos de testimonios, metáforas, moralejas, frases célebres, guías de horizontes y leyes formuladas, se obtiene claridad a través del objeto pretendido, que los ilumina delatándose, señalándose en la maraña como si siempre hubiera estado allí; del mismo modo en que el único azulejo colocado al revés no puede ser visto sino hasta que reparamos en él, y que una vez detectado, jamás podremos dejar de verlo.

Todo es cuestión de saber mirar hacia el lugar apropiado. Todos los tesoros están en nuestras manos<sup>49</sup>.

A medida que avanzamos por el derrotero, nos convertimos en un punto del paisaje, hasta confundir lo objetivo y subjetivo. Hasta encontrarnos en el

---

<sup>48</sup> Ejemplo: “Sí, simplemente N-O-H-A-C-E-R-N-A-D-A, pero hacerlo cuando se quiera, con un placer infinito, hacerlo tomándose su tiempo, hacerlo degustando cada instante, porque es un placer poco habitual, mucho mejor en la medida en que hace una eternidad que no se ha probado ese placer, esa delicia, ese privilegio reservado a los niños o.. a los millonarios perezosos: NO HACER NADA.

“Y no sentirse mal por ello...

“Si acaso, sentirse un poco mal por los demás, los pobres (nunca mejor dicho) que no conocen o ya no se pueden permitir esa dicha de la cual se privan por voluntad propia, en el fondo, o por falta de originalidad, por espíritu gregario, porque todos a su alrededor se privan también, en definitiva, y lo soportan mal que bien...” (FISHER, Marc: “El millonario perezoso... y El arte de estar siempre de vacaciones”, Editorial AMAT, Barcelona, 2008, pag. 196).

<sup>49</sup> Ejemplo: “¿Qué es?” – era la pregunta que le formulábamos Mike y yo con frecuencia: “¿Qué es el dinero si no es real?

“-Es lo que hemos acordado que sea – decía mi padre rico. El activo más poderoso con que contamos es nuestra propia mente. Si es adiestrada correctamente, puede crear una enorme riqueza en lo que parecer ser un instante; una riqueza que superaría los sueños de reyes y reinas de hace 300 años”. (KIYOSAKI, Robert: “Padre Rico, Padre Pobre”, Ed. Aguilar, Buenos Aires, 2005, pag. 145).

punto de partida, pero con el paisaje completo. Interior y exterior apuntando a nuestra mirada. De forma tal que no pueda distinguirse entre lo propio y lo ajeno, entre la actitud y la aptitud, entre la voluntad y los hechos.

En el fondo de la imprecisión, es posible cualquier hallazgo.

Entre los objetos mezclados del desván es posible obtener lo que se busca.

En la oscuridad del pensamiento puede vislumbrarse una luz, apenas escondida entre las cajas de las clasificaciones y categorías.

Los destinos no aparecerán luego de una trabajosa excavación o de una indagación medular. La búsqueda emprendida sólo puede acabar en un fulgurante descubrimiento. Descubrimiento por aparición introspectiva<sup>50</sup>.

Entre las brumas de la memoria es posible recordar un punto exacto, en el que nunca estuvimos.

### *Facilidades.*

Los términos cotidianos suelen asociarse con la intimidad, y la intimidad con la franqueza. Por lo general, los evangelios empresariales vienen redactados en un lenguaje llano y coloquial, en el que las imágenes y los

---

<sup>50</sup> *Ejemplo:* “LA VIDA NO TIENE QUE SER GANADA PORQUE ESTÁ GANADA DESDE QUE NACEMOS”.

“Porque tú ya lo has hecho. ¿El qué? Te preguntarás... Pues ya has empezado a andar. No sé si te habías dado cuenta o no... No sé si hace mucho o poco que estás andando. Pero no hay duda de que estás en el camino. En tu camino. Incluso aunque no lo parezca. Lo estás. ¿Y sabes por qué?. Porque estás aquí, leyendo esto. Porque este libro ha llegado a tus manos. Y tú has ido leyendo hasta aquí. Buscando respuestas. Respuestas hacia una vida feliz. Buscando la felicidad. Buscando el éxito en tu vida. Buscando darle una dirección y un sentido. Buscándote a ti. ¡PORQUE LLEGAR A TI ES EL ORIGEN DE TODA FELICIDAD!”

(ROVIRA CELMA, Álex: “La brújula interior”, Ed. Urano S.A., Barcelona, 2008, pags. 23 y 102.

sonidos fluyen suavemente. Esta modalidad de exposición es presentada como una elección consciente, querida y necesaria, y como un gesto de magnánima generosidad. Sin embargo, también crea en el lector la distancia respetuosa de una doble intercesión: Del autor a la divulgación, y de la divulgación al lector, e induce a creer que existen abstracciones, alturas y detalles que no nos podrán ser revelados, que de un modo otro se pierden en esta suerte de divulgación de los conceptos y herramientas que han sido objeto de revelación.

Las palabras fáciles ocultan la dificultad de las cuestiones analizadas, encuentran todos los conceptos al alcance de la mano (del mismo modo en que se tienen en las discusiones familiares o informales del café de sobremesa), y permiten la ilusión del conocimiento de todas sus denotaciones y connotaciones.

En palabras fáciles se ejecutan los términos del testimonio personal, del relato inspirado y del consejo seguro. Así que se toma prestado este prestigio para hablar en voz baja lo que debe predicarse o aplicarse a cielo abierto.

Los términos sencillos suponen ideas claras, previamente tamizadas por la lógica y la historia, en definitiva, por el trabajo. Las palabras fáciles, por su parte, sólo se distinguen por su cercanía al destinatario, el apuntamiento al absoluto aquí y ahora, “purificado” de todo esfuerzo o sedimentación.

Se pretenden soluciones inmediatas a problemas inmediatos, así que a nadie puede molestar el estilo directo en que están expuestas las ideas, estilo que les aporta una cuota de audacia (con relación a la conducta o pensamiento reconocidos en los ámbitos académicos) y que sin embargo las revela como

continuidad de una tradición conservadora (con relación al sentido de los términos aportado por el hombre medio.

Las palabras fáciles, los esquemas fáciles, los conceptos fáciles, transportables, prácticos, oportunos y discretos, no se encuentran, por ende, sostenidos por una meditada reflexión ni por una previa discusión de las ideas, sino que invirtiendo el proceso de investigación, observación, constatación, divulgación, devienen ellas sostenes de cada una de sus afirmaciones.

La sencillez supone la exposición sucinta de un desarrollo cuantitativo y cualitativo del material de exposición. En tal sentido, cualquier fórmula matemática, del tipo 2 por 2 más 2 menos 2, es una expresión que condensa años de desarrollo científico consciente e inconsciente. La facilidad, por el contrario, pretende comunicar, contagiar o presagiar el desarrollo de una disciplina social, sobre todo social, más que nada social, a partir de la propia formulación<sup>51</sup>. Material en bruto de las palabras que no necesariamente conlleva el tratamiento en bruto, directo o inmediato de sus significados.

La facilidad viene con lo dado, no ya con lo puesto. Supone el descanso productivo, más que la faena industriosa. Hace trabajar a los otros para uno, y al dinero para sí. Disfruta de las consecuencias, sin poner el esfuerzo en ninguna de sus causas. Descansa en el advenimiento de la conveniente fatalidad.

Sencillo es un puré de manzanas; fácil, un árbol de puré.

---

<sup>51</sup> *Ejemplo*: “Mi padre rico creía en el principio que él llamaba KISS (Keep ot Simple Stpid), “Manténlo Sencillo, Estúpido”, de manera que lo expresó con sencillez pura de niños pequeños y eso le permitió crear los sólidos cimientos financieros”: (KIYOSAKI, Robert: “Padre Rico, Padre Pobre, Aguilar, Buenos Aires, 2005, pag. 84).



La sencillez deriva del desengaño. Es su consecuencia y superación. Es un voto de humildad en la provisoriedad de todo conocimiento.

La facilidad proviene de la ilusión de la adecuada conformidad de los signos con sus objetos, de los signos con sus interpretantes y de los signos entre sí. Es un voto de buena fe con la alegría de la transparencia. Por eso su vehemencia (no se puede dudar de estar ante un “vaso de agua” si nos hemos servido un “vaso de agua”), el acuerdo espontáneo (todos sabemos lo que es “un vaso de agua”, es decir, lo que queremos decir con “un vaso de agua”) y la coincidencia automática (todos coincidiremos en identificar como “un vaso de agua” a aquello que sea consecuencia de verter “agua” en un “vaso”) con la mayoría de sus proposiciones aisladas<sup>52</sup>. De allí la necesaria contemporaneidad de los libros que procuran el éxito, y la necesidad de “aggiornar” los que fueron escritos con otras intenciones o miradas, para adecuarlos a ese fin en nuestro momento económico de nuestra civilización occidental y capitalista, ya que se dirigen al mismo ámbito social y cultural que los puede pergeñar. De allí también su fugacidad, que paradójicamente no se traslada a su objeto de exposición (el éxito), ya que debemos suponerlo único y último, concreto y continuo.

### *Redondeando*

---

<sup>52</sup> *Ejemplo*: “Era consciente de haber aprendido algo útil de sus amigos ratones Fisgón y Escurridizo, algo importante sobre seguir adelante. Ellos procuraban que la vida fuese simple. No analizaban en exceso ni supercomplicaban las cosas. En cuanto cambió la situación y el Queso cambió de sitio, ellos también cambiaron con el Queso. Eso era algo que nunca olvidaría.

“(…) Se puede ser más consciente de la necesidad de procurar que las cosas sean simples, de ser flexible y moverse con rapidez.” JOHNSON, Spencer: “¿Quién se ha llevado mi queso?”, Ediciones Urano, Barcelona, 2000, pag. 79.

Los testimonios son claros y puntuales. Son fáciles de leer y recordar. Por ende, resultan verdaderos.

Las clasificaciones son precisas y artificiosas. Son fáciles de memorizar, aplicar y consolidar. Por ende, resultan verdaderas.

Las personificaciones son vagas e imprecisas. Nos permiten vislumbrar continuidades y reflexiones más allá de las afirmaciones rescatadas en la superficie.

Las liturgias o procesos vienen señalados como en manuales del usuario. Son fáciles de entender y visualizar. Por ende, resultan verdaderas.

Las promesas o los vaticinios resultan ser los esperados. Por ello, resultan fáciles de incorporar, de aceptar y sobrevivir. Por ende, resultan verdaderos.

Libre de esfuerzos, sacrificios, tiempo y dedicación, resulta fácil acceder a sus promesas, brotes de largas y perennes beneficios; que en contrapartida, ofrece la excusa (ya que no justificación) de una evidente desigualdad<sup>53</sup>, habilita un discurso consolador que cierra sobre sí y brinda el sosiego de tener a mano algún modo de explicarla y sostenerla.

Todas las formas, imágenes, conceptos e instrumentos inconexos, arrojados a una arena común, requieren, por una necesidad de nuestro sistema perceptivo, una órbita que las reúna, ordene y coloque en movimiento.

---

<sup>53</sup> *Comentario*: “El poder de licuefacción se ha desplazado del ‘sistema’ a la ‘sociedad’, de la ‘política’ a las ‘políticas de vida’... o ha descendido del ‘macronivel’ al ‘micronivel’ de la cohabitación social. “Como resultado, la nuestra es una versión privatizada de la modernidad, en la que el peso de la construcción de pautas y la responsabilidad del fracaso caen primordialmente sobre los hombros del individuo”. (BAUMAN, Zygmunt: “Modernidad Líquida”, Primera Edición en español – 2003 –, Novena reimpresión, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2008, pag. 13)

Se logra así la plausible construcción de un cimiento con datos recogidos en los últimos pisos de la torre; y la coincidencia de estos datos en un lugar común establecido en el deseo o expectativa que pretende satisfacerse en su lectura. Hilos que sostenidos por pequeños alfileres son forzadamente tironeados hacia un centro que se elude, pero que llevan implícito, constituyéndose en un anillo con apariencia de círculo, en el que cada punto no posee respecto de su vecino una relación anudada sino anclada para no caerse en el vacío que rodean, ni disiparse en el vacío que por el que están rodeadas.

En definitiva, es sólo el temor al vacío el que completa las figuras y los términos. Claro que no se trata en este caso del temor existencial al vacío absoluto, sino apenas la insatisfacción en medio de la abundancia, o la inseguridad en un medio competitivo, lo que ayuda a completar las faltas, las ausencias y los huecos, en los textos interrogados para la propia complacencia.

Luego, el cemento es requerido para unir las partes. Es reclamado por ellas, como unidad aglutinante. Pero el cemento es dado por derivación. Ni siquiera deducible, sino meramente sugerido. Dos ladrillos pueden sostenerse uno contra el otro. Más de tres, necesitan una pared en la que recostarse. Nadie debe preguntarse por esta pared. La pared es necesaria a fin de evitar cualquier derrumbe o detener la lapidación con panes de ladrillo.

Por fin, el método de construcción de un ejemplar de autoayuda financiera debe sugerir en cada uno de sus términos, ejemplos, deducciones, inducciones y derivaciones, el principio subyacente a toda su elaboración, al “axioma por

derivación” o “axioma consecuente”, vedado por no expreso, centro necesitado (no necesario) de cada uno de lo extremos de ese círculo de tirones inconexos:

*Si es fácil, es verdadero.*

## **II. SIGNIFICADO.**

### *Ritos de inclusión – Mitos de exclusión.*

El bagaje simbólico de toda cultura (y la contemporánea civilización occidental puede considerarse como tal) se expresa, estructura y desarrolla en función de mitos y ritos.

Los mitos pueden ser entendidos como aquellos relatos que suceden eternamente, aunque ocurran una sola vez; en tanto que los ritos pueden ser entendidos como aquellos sucesos que realizados eternamente, estatuyen aquello que sólo puede ocurrir por única vez.

Los mitos son aquellos relatos que una vez acaecidos o nombrados se vuelven permanentes e inalterables, a fin de explicar los sucesos cíclicos o periódicos; los ritos son aquellos procedimientos o secuencias que tienen lugar en forma cíclica o periódica, a fin de explicar aquello permanente e inalterable.

El éxito comercial supone un rito de inclusión.

El hecho de ser un rito supone que siguiendo ciertos pasos puede alcanzarse el éxito, reservado para aquellos y sólo aquellos que los lleven a cabo.

El hecho de ser un rito de inclusión supone que su reconocimiento debe estar efectuado y respaldado por quienes ya se encuentran dentro. Supone la aceptación, a través de la compulsión de los antecedentes, de las cartas de presentación y de la acreditación del cumplimiento de los pasos previos

legitimantes, por parte de quienes se encuentran en posición de examinadores, esto es, exentos de ser examinados.

Este funcionamiento del rito de inclusión se acepta democráticamente mediante la garantía de su libre accesibilidad para todos, conforme a la historia personal de cada uno, aún en las más difíciles condiciones de partida. De allí que las historias de los grandes magnates generalmente comiencen con el relato de la apacible villa en la que nació y se crió, junto con numerosos hermanos, en medio de las penurias más apremiantes y de las necesidades más vergonzosas<sup>54</sup>.

Sin embargo, el cumplimiento del procedimiento ritual se presenta como necesario aunque no suficiente: Hace falta respetar ciertas reglas, niveles y secuencias, pero ello no garantiza el cumplimiento de los objetivos perseguidos.

A la vez, el cumplimiento del procedimiento ritual se presenta como suficiente, aunque no necesario: Las reglas allí dispuestas deben tomarse como guías y pautas generales, cuya interpretación, aplicación y desarrollo dependen de las posibilidades, intenciones y capacidad de innovación de su destinatario.

A diferencia de los ritos de inclusión que tienen lugar entre todos, como el ingreso a ciertas etapas de la vida (pubertad, adolescencia, adultez), los ritos del éxito se sostienen sobre casos particulares.

En este sentido, el éxito supone un rito de inclusión sustentado en un mito de exclusión. Paradoja que no se resuelve sino por la vía formal o autosatisfactiva: “Todos” tenemos la posibilidad de ser reconocidos como parte de los “únicos”.

En un premio de la lotería, cualquiera tiene acceso a la compra del billete ganador, pero sólo uno adquiere para cada sorteo, aquel que será premiado. Aquí no hace falta otro mito que el del azar y sus caprichos. La necesidad de lo imprevisible. Respecto del éxito, sin embargo, el azar no puede ser la única explicación posible, ya que la igualdad de condiciones indeterminadas no existe en ningún momento de la batalla comercial, industrial o laboral; ni existe el álea que pudiera arrojar resultados sorprendidos. El billete ganador se obtiene sólo una vez que el premio ha sido repartido. Y cada uno de nosotros debe sentirse partícipe y fundador del premio que se otorga.

En un trabajo anterior<sup>55</sup> propuse la tesis de que el sistema penal es uno entre tantos ritos de extrañamiento, cuya función no es tanto la de hallar, castigar y prevenir a los culpables, sino sobre todo, la de identificar por su exclusión a los inocentes. En el mismo sentido, puede decirse que el sistema del éxito, por su parte es uno entre tantos ritos de inclusión o asimilación, cuya función no es tanto la de hallar, reconocer y proteger a quienes han llegado a determinada posición social, sino la de señalar su naturalidad, su ubicación “al alcance de la mano” para todos aquellos que posean “realmente” la inquietud de alcanzarla.

En el caso del sistema penal, se trata de desviar lo extraño del grupo de pertenencia (inocentes), permitiendo la condena y el castigo de quienes quedaban fuera de él, y la identificación por contraste, de quienes quedaban dentro.

---

<sup>54</sup> Ver capítulo “Ejemplos Ejemplares” en la Primera Parte de este trabajo.

<sup>55</sup> *Comentario*: CERUTI, Raúl: “Criminología de la inocencia”, Editorial La Rocca, Buenos Aires, 2005.

En el caso del sistema del éxito, se trata de desextrañar del grupo de pertenencia (exitosos) cualquier noción de privilegio, permitiendo el abrigo de ciertas esperanzas de los que quedan afuera (no exitosos), de poder incluirse en algún momento.

Suficiencia y consuelo, por el interior; envidia y admiración por el exterior.

De esta forma, el rito de inclusión descansa sobre mitos de exclusión, al estilo del "*self made man*", "el hombre que tenía un deseo", "el hombre que buscaba una oportunidad", "el hombre al que un evento X le cambió la vida", "el hombre que fue y vino", "el hombre que volvió", dando cuenta de trayectorias personales sin consideración de entornos sociales o presupuestos económicos, culturales o estructurales.

Estos mitos refuerzan la idea de la legitimidad del éxito, al mismo tiempo que separan del camino a aquellos considerados incapaces de sobrellevarlo. Son mitos que celebran la "diferencia", el "don", la "virtud" o el "empeño" especiales y particulares que descubren a los talentosos que van a sobrevivir a las duras pruebas del rito de inclusión, como en una "profecía que se cumple en su propia formulación".

En estos mitos se tiene la delicadeza de no marcar la distinción entre "exitosos" y "fracasados" sino por derivación; limitándose a indicar la existencia de las categorías de "exitoso" y "no exitoso", y reserva aquella denigrante categoría a quienes desprecien esta distinción, la entiendan irrelevante en el orden de su visión del mundo, o directamente estén en contra de ella.



*¿Qué éxito o cuánto éxito?*

Para el mito de exclusión, en tanto se lo ve de lejos, el éxito es un lugar, una estancia, una geografía. Estar allí es tenerlo. Llegar allí es lograrlo. Pero “allí” es un lugar omnipresente. Luego, se escinde el “exitoso” del “éxito”, y de esta forma, se sustituye el éxito “subjetivo” por el éxito “objetivo”.

Para el rito de inclusión, en tanto se vivencia, el éxito es un periodo de tiempo. Vivirlo es lograrlo. Pasarlo es perderlo. En tal sentido, es el “ya” de un “siendo”, inescindible atributo de un sujeto.

Ya sea sustancia o accidente, topografía o cronología, esencia o atributo, el éxito puede reclamar su consideración como objeto. Estático desde el mito. Dinámico desde el rito. A partir de entonces, se categoriza, y pretende poseer él mismo sus características y propiedades.

Es al mismo tiempo una cualidad y una cantidad, un carácter y una mensura, un ser y un parecer. De allí que las dos preguntas que encabezan este párrafo: ¿qué éxito? y ¿cuánto éxito? son sustituibles.

Cuando un adjetivo se transforma en sustantivo, alcanza una dimensión independiente. Señorea sobre las cosas, las atrae o las repele. Tiene sus propios adjetivos y adverbios.

*El poder del éxito y el éxito del poder.*

Cada época de nuestra civilización buscó el modo de categorizar, abstraer y objetivizar sus relaciones irracionales de poder. Así, se han dedicado cantidades ingentes de tiempo científico inútil en el examen, identificación y

proyección de la idea de “raza”. Así también, se dedican inútiles esfuerzos en el desarrollo de los mapas genéticos de la sabiduría, la inteligencia o la suerte<sup>56</sup>.

En la sociedad feudal, estamental, territorial, religada, todo era atributo. Todo era accidente, menos los objetos celestiales. El siervo era parte de la tierra, y los señores eran parte de una retícula compleja de estamentos<sup>57</sup>.

En tanto el orden universal excede a los órdenes locales, el mundo se expresa en metalenguaje descriptivo, asociativo o contemplativo.

El otro era el inasible. Ni dueño de la tierra, ni príncipe, ni rey, ni soldado, clérigo o funcionario. El otro llevaba consigo otro sitio, otra geografía, otra forma de establecerse sobre la tierra. El extrañamiento le enmarcaba una frontera reducida y retenida, que el otro llevaba consigo a todas partes. No los campos, ni los bosques, ni las selvas. Las ciudades se poblaron de otros. Extraños, extranjeros, vagabundos. Iban y venían como atributos sin sustancia.

Las categorías de inclusión / exclusión de esta etapa de la historia son “adentro” y “afuera”.

Durante esta etapa el rito de “inclusión” se encontraba ínsito y confundido con el mito de inclusión. Eran una sola y consentida fe, levantada sobre las

---

<sup>56</sup> *Comentario:* Particularmente no me llamaría la atención encontrar un estudio detallado, mapeado y sistematizado de una supuesta “predisposición genética para acertar la lotería”, ya que como línea de investigación no resulta menos seria que las que desarrollan las hipótesis del delincuente genotípico, o del genotipo antisocial o del éxito. El genotipo sólo tiene incidencia en el fenotipo, esto es, la estructura física, anatómico-fisiológica del sujeto, pero no puede extenderse más allá de él, a conceptos que lo exceden precisamente porque surgen de su relación con otros.

<sup>57</sup> *Comentario:* “Pero se ve claramente lo que hay de decisivo en la época carolingia para el mundo medieval- En adelante cada hombre o mujer va a depender cada vez más de su señor, y en ese horizonte cercano, este yugo tanto más pesado cuanto que se tiene que soportar en un círculo más reducido, va a quedar anclado en el derecho, la base del poder será cada vez más la posesión de la tierra y el fundamento de la moralidad será la fidelidad, a fe que reemplazará durante mucho tiempo a las virtudes cívicas grecorromanas. El hombre antiguo tenía que ser justo o recto; el hombre medieval tendrá que ser fiel”. (LE GOFF, Jacques: “La Civilización del Occidente Medieval”. Paidós, Buenos Aires, 1999, pag. 48).

ruinas y los signos de un paganismo propio y ancestral. El panorama del mundo podía ser expresado en términos de un metalenguaje descriptivo.

Luego, las extensiones dieron paso a la distancia, y la distancia al aplazamiento. El tiempo a recorrer, el tiempo recorrido, pasaron a ser concretos y asequibles<sup>58</sup>.

Después de la desazón producida por las persecuciones de la inquisición, la mercantilización de la fe, el expolio de América originaria, los enfrentamientos religiosos, la verdad desnuda se puso los hábitos de la razón, y la esperanza se colocó el sayo de la promesa.

Ya no se habitaba en la eternidad de los tiempos de la iglesia, sino en la secularidad de los tiempos del monarca. El poder espiritual quedó reservado a las conciencias, y el poder temporal tomó el señorío sobre los cuerpos.

Durante la reciente y recordada modernidad, funcional, nacional, lineal, los atributos, como derivados racionales de la sustancia, eran previsibles. Todo era accidente, pero necesario. Accidente moldeable, evitable o perseguible.

El dominio se confundía con la comprensión, y el otro pasaba a ser el inaccesible, asido irremediabilmente a un “más allá” que sólo podría descubrirse desde el “más acá”.

---

<sup>58</sup> *Comentario*: “El mundo en el que vivió Smith estaba, por supuesto, familiarizado con la rutina y la programación del tiempo. A partir del siglo VI, las campanas de las iglesias habían dividido el día en sus unidades religiosas; a comienzos de la Edad Media los benedictinos dieron un paso importante al instituir el repique de campanas para distinguir las horas de trabajo de las horas de comida, así como las horas para la oración. Más próximos a los días de Smith, los relojes mecánicos reemplazaron las campanas, y, a mediados del siglo XVIII, los relojes de bolsillo estaban ya muy difundidos. La hora matemáticamente exacta podía saberse al margen del lugar en que se encontrara una persona. Ya no importaba que estuviera cerca de una iglesia o en un lugar desde el que pudiera oír las campanadas; así, el tiempo dejó de depender del espacio.” (SENNET, Richard: “La corrosión del carácter, las consecuencias personales del trabajo en el

La razón se pretendía más allá de la historia, y por lo tanto, se permitía analizar el mundo desde un metalenguaje de carácter normativo.

Las categorías de inclusión / exclusión de esta etapa se corresponden con las de “ahora” y “entonces”.

Se había roto la unidad entre el rito de inclusión y el mito de exclusión. La inclusión podía ser irracional, carismática, pasional y hasta contradictoria, pero la exclusión sería consecuencia de una lógica abrasadora, aunque medida.

Posteriormente, el tiempo del “ahora” se detuvo ante el incumplimiento de las promesas de la modernidad (la racionalidad en lugar de haber hallado formas de convivencia pacíficas, montó un enorme arsenal que puede destruir el planeta; en lugar de haber hallado formas de distribución de la riqueza de acuerdo a las necesidades, suscitó hambrunas inexplicables en los lugares más fértiles o generosos de la Tierra; en lugar de haber hallado curas contra las enfermedades, ha generado otras nuevas; en lugar de haber traído seguridad y sosiego, ha traído nuevos dobles y fantasmas, nacidos de nuestro mismo código genético). Así que sólo nos quedó el consumo o la desazón de un eterno y trascendente “atributo”, como toda sustancia.

La razón, ahora desnuda también, se cubre con las apariencias de la conveniencia, y la promesa se prueba el velo de la satisfacción<sup>59</sup>.

---

nuevo capitalismo”, Ed. Anagrama, Barcelona, 2000, pag. 36/7).

<sup>59</sup> *Ejemplo*: “Porque lo sepa o no, lo admita o no, el principio del placer es... el principio de realidad del millonario perezoso.

“Y lo vuelvo a decir, esta vez con letras grandes, porque es importante que se le meta en la cabeza: “EL PRINCIPIO DEL PLACER ES... EL PRINCIPIO DE REALIDAD DEL MILLONARIO PEREZOSO”. (FISHER, Marc, “El millonario perezoso... y el arte de estar siempre de vacaciones, AMAT, Barcelona, 2008, pag. 156.

La conquista del poder vira hacia la acumulación de influencias<sup>60</sup>. Al otro ya no se lo percibe como ajeno ni inaccesible, sino más bien como alguien cercano, igual, asimilable, que no puede o que no quiere acceder.

Las categorías de inclusión / exclusión de esta etapa se corresponden con las del “éxito” y el “fracaso”.

El éxito subjetivo y el éxito objetivo, coinciden, ya que no presentan contraste sobre nada permanente.

El mito de exclusión adhiere al rito de inclusión, como único modo de encontrar su tangibilidad. Aquí la unión de ambos términos invierte la que ocurría durante la Edad Media. Ahora la “sustancia” es la previsible y obtenible, si se procura administrar, organizar y entender al “atributo”. El marco define lo enmarcado, la separación de los objetos a los objetos, el afuera al adentro. Sólo conformamos sociedades en la medida en que nos aseguren nuestros respectivos anonimatos<sup>61</sup>.

Las posibilidades de referirse al mundo abrirán paso a un metalenguaje instructivo. Recetario, manual de uso, o mejor aún, reservorio de secretos.

---

<sup>60</sup> *Comentario*: “El fin del panóptico augura *el fin de la era del compromiso mutuo*: entre supervisores y supervisados, trabajo y capital, líderes y seguidores, ejércitos en guerra. La principal técnica de poder es ahora la huida, el escurrimiento, la elisión, la capacidad de evitar, el rechazo concreto de cualquier confinamiento territorial y de sus engorrosos corolarios de construcción y mantenimiento de un orden, de la responsabilidad por sus consecuencias y de la necesidad de afrontar sus costos.” (BAUMAN, Zygmunt: “Modernidad Líquida”, Primera Edición en español – 2003 –, Novena reimpresión, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2008, pag. 16/7)

<sup>61</sup> “La sobremodernidad (que procede simultáneamente de las tres figuras del exceso que son la superabundancia de acontecimientos, la superabundancia espacial y la individualización de las referencias) encuentra naturalmente su expresión completa en los no lugares.” AUGÉ, Marc: “Los no lugares – Una antropología de la sobremodernidad”, Ed. Gedisa S.A., Barcelona, 2000, pag. 112). Augé ejemplifica como no lugares a los supermercados, las salas de espera, las cabinas de pasajeros, los estadios, las salas de cines y teatros, todas situaciones de encuentro sin generación de vínculos más allá de su perímetro.

Luego, el éxito es modélico, formulario. Su hallazgo no puede ser masivo ni habitual. Ni siquiera definitivo. Es una apuesta al instante, autosuficiente, asegurada por el truco de las candilejas<sup>62</sup>.

*El éxito como objeto de estudio.*

Los cultores de la sociología y de la semiótica destacan que la nuestra es una época fluida, cambiante, “*soft*”, polisémica, “de riesgo”, donde multitud de redes, lógicas múltiples y sistemas polívocos conviven y se superponen en permanente dinámica. Esta conciencia de la complejidad resulta demasiado arrebatadora para volcarla en el análisis de la experiencia personal, que siempre reclama para sí el mérito de la voluntad, la libertad y la coherencia.

El éxito, abierto, impreciso, diverso, disponible, estará allí donde se haya hecho lo suficiente para llegar a él, y el fracaso se presentará donde se hayan cometido los errores necesarios para que no acuda. Para quienes lo obtienen, el éxito es *alguien* que alcanza una meta, un premio a su carrera de obstáculos o la satisfacción final luego de una serie de postergaciones. Para quienes no lo obtienen, el éxito es *algo* que no ha llegado adonde se lo esperaba.

La persistencia de categorías unívocas (bueno, malo, bello, feo, verdadero, falso) en la época de las imprecisiones y las polisemias, hace que la

---

<sup>62</sup> *Comentario I:* Los medios de comunicación nos han sumergido en múltiples sistemas autorreferentes. La prensa gráfica entiende la realidad como la organización de sus palabras impresas, cada vez más limitadas al vuelco tipográfico de lo que sucede en la televisión. La radiofonía asume como realidad todo debate que pueda ser objeto de entrevista, cada vez más concentradas en la pista audible de lo que sucede en la televisión. Y la televisión casi no dedica tiempo a otra cosa más que a lo que sucede en ella.  
*Comentario II:* “El marketing trata el desamparo humano. Distribuye el desconsuelo. UN producto es ante todo, un objeto teatral, ritual. El cliente consume el producto – espectáculo”. (LEGENDRE, Pierre: *Dominium Mundi – El imperio del Management*, Amorrortu Editores, Buenos Aires, 2008, pag. 48.

expectativa, el examen o las apostillas del desarrollo empresarial queden a medio camino entre la posmodernidad y la modernidad.

Así, el “éxito” como objeto de estudio deviene un híbrido de la división del mundo entre “pujantes”, “productivos” y “progresistas”, propia de la lógica del esfuerzo y la constancia de fines del siglo XIX y la primera mitad del siglo XX; y de las nociones de “oportunidad”, “velocidad”, “inmediatez” y “casuística” propias de la lógica de la instrumentalidad, la optimización de los recursos y la ley de los mercados. Este híbrido entre dos paradigmas ha logrado producir la “administración de las emociones”, y el “liderazgo de la felicidad” como disciplinas. Así, el rito de inclusión busca construir su propio mito de exclusión, echando mano del prestigio de las instituciones (universidad, academia, método) que al mismo tiempo se encarga de menospreciar.

A través del éxito como dato objetivo, el afán de “producir para obtener ganancias” se transforma en el afán de “obtener ganancias para consumir”, y de esta forma los gastos empresarios anteriormente dedicados a la producción y a su mejora, hoy se destinan al “*marketing*”<sup>63</sup>; y los recursos anteriormente dispuestos para la satisfacción de una demanda concreta, en recursos sostenidos para la obtención de monopolios y la correspondiente lucha contra la competencia.

Una vez obtenido, reconocido o identificado el éxito, se lo vuelve a examinar con los parámetros de la vieja división entre “*útiles*” y “*vagos*”, ya que

---

<sup>63</sup> *Comentario*: Resulta notable en este aspecto que al mismo tiempo que se recomienda, exige y requiere por parte de las autoridades y especialistas que representan al sector empresarial “flexibilidad” en los contratos laborales (relación productor / trabajador, cada vez más precaria y endeble), se habla de la necesidad de obtener vínculos estables con los clientes (relación inversor / consumidor, cada vez más

se carece de otros propios para legitimar o justificar su aparición, y no se confía aún en los nuevos o los nuevos no son lo suficientemente poderosos como para lograr este efecto.

Estas señales del éxito deben ser propias de gente poderosamente similar a todos, como para permitir la generación del ejemplo, y para poder ser dictadas bajo la forma de un relato testimonial. Pero sus acciones deben ser sutilmente diferentes como para sugerir que la distancia entre unos y otros no está mediada por la suerte, la incertidumbre o el ilícito, y poder culpar a los ineficaces para el mercado de no estar a tono con sus exigencias. Esto es, en la esfera de la buena fortuna, se hecha mano de las estructuras del posmodernismo, con sus aperturas, flexibilidades y porosidades (sin el reconocimiento de la complejidad implícita) y en la esfera de la mala fortuna, se hecha mano de las estructuras de la modernidad, con sus rigideces, estructuras y permanencias.

Vencido el “*progreso*” de la Civilización apenas quedó el “éxito” de la empresa privada como fórmula derivativa. Pero este “éxito”, como objeto de estudio, despreciado por la ciencia social y por la ficción contemporáneas, preocupadas por el derrumbe de las instituciones, y abismadas en las transformaciones de los sentidos, quedó a medio camino entre una y otra, generando un género propio, intermedio, mezclado, sin carácter ni tradición, llamado a ser su propia garantía de efectividad por eficiencia, del mismo modo que el tipo de música denominada “*easy listening*”, a medio camino entre lo

---

fuerte), habiéndose acuñado a este respecto el término “fidelización” para lograr su compromiso con la empresa a través de su marca (ya no a través de su producto).



popular y lo “culto”, con lo menos pasional de la primera y con lo menos racional de la segunda.

¿Puede haber “un poco” de éxito?

Existen términos que no admiten gradación. No se puede llegar “un poco las 2 en punto” o “muy a las 2 en punto”, sino un poco antes o un poco después. No se puede ser “más o menos exacto”, se es exacto o no se es. No se puede estar, sin metáfora atendible, “un poco muerto”, sino vivo todavía o muerto ya. Ni es posible ser “casi un ser humano”, o se es humano o no se lo es.

Se trata de términos que por razones de seguridad orientativa (las 2 en punto debe ser el mismo momento para todos, dentro de un determinado huso horario) o por su tremenda significación, no pueden ser alcanzados por la imprecisión o la penumbra.

Piénsese en las nuevas flexibilidades semánticas que nuestra postmodernidad o sobremodernidad ha habilitado, como los que tienen que ver con el mundo de los sexos, trascendido por el de los géneros; con el de papá y mamá, trascendido por el de roles familiares... Y luego repárese en la sólida afirmación que se impone respecto de la categoría de éxito en la literatura comentada en este trabajo, en la que aparece como un concepto dado, no problemático, indiscutible.

Esta característica compacta del éxito, da cuenta de su objetividad e inmovilidad. Supone una forma de medir, sin que pueda ser medida.

Cualquiera de las cosas, de los objetos del universo material, puede cambiarse por otra en virtud de sus características, mientras sirvan al mismo fin o efecto. En este sentido, su valoración económica o precio en cada tiempo y lugar determinados, resulta correspondido con la demanda y necesidad que se tenga de su incorporación a la vida.

En el universo de las relaciones personales, se supondría que cada quien presenta una característica intransferible, única e inabarcable, una virtud “en sí”, incluso al extremo de indicarse su externalidad al mercado, por lo que no puede hablarse a su respecto de “precio” alguno, sino, en todo caso, de “valoración”, también ella “en sí”.

El dinero, lejos de diferenciar a sus poseedores, lo que hace realmente es abstraerlos a un nivel de igualdad que participe de su carácter de fungibilidad.

En tanto resulta delicado establecer clasificaciones valorativas fundadas las diferencias en el querer, poder y saber de las personas, la distinción entre ellas desde un tercero imparcial se intenta estática, descriptiva, mensurable, echando mano a ese fin de la propia cuantificación expresada por el dinero.

Las virtudes sociales, que pueden concebirse como aquellos atributos que hacen que el aporte de cada uno a la sociedad en la que vive constituya una diferencia, no pueden ser intercambiables precisamente por su diferencia recíproca en orden a la preservación de la diversidad.

Cuando las sociedades se aletargan y uniformizan, no permiten o sancionan el desarrollo de la diferencia, por lo que las virtudes se vuelven comunes y asimilables, cuestiones de mayor o menor grado.

Intercambiable es el dinero. Vehículo de las cosas y los dones.

En sociedades unidimensionales, meramente acumulativas, que confunden el valor, la virtud o la distinción con su apreciación económica<sup>64</sup>, el dinero se vuelve determinante cuantificador de la virtud en cuanto medida del aporte individual a lo social.

La moneda se disfraza de lenguaje, actúa como medio de comunicación. El vehículo de la cosa, el intercambio de la cosa, la medida de la cosa, ha sustituido a la cosa<sup>65</sup>.

En el festival de la intrascendencia, el único valor es su precio.

En tales casos, se concibe la abstracción de las personas, y se postula consecuentemente su fungibilidad, a efectos de resultar cuantificable su valor social, familiar e individual.

Esto y no otra cosa, por ejemplo, es lo que supone el cálculo del “valor vida” por parte de la jurisprudencia. Un hombre abstracto, cuantificable, ceñido al precio de su actividad de lucro. Una medida del éxito como todo juicio sobre la existencia.

*La caída en el éxito.*

¿Por qué no puede construirse la máquina del movimiento perpetuo?

---

<sup>64</sup> *Comentario*: “La sociedad de consumo consume los días de la juventud y confisca la infancia. Asesta las respuestas para adormecer las preguntas. Quiere rebeldes conformistas y manejables, adiestrados en la docilidad mediática. Fabrica rituales que borran el misterio”. LEGENDRE, Pierre, *Dominium Mundi – El imperio del Management*”, Ed. Amorrortu, Buenos Aires, 2008, pag. 61.

<sup>65</sup> *Comentario*: “Hoy ha aparecido la religión de la empresa.: todo desemboca en la empresa y todo procede de ella. Y el mercado hace obra de justicia: si la empresa pierde dinero, quiebra”. LEGENDRE, Pierre: “*Dominium Mundi – El imperio del management*”, Ed. Amorrortu, Buenos Aires, 2008, pag. 45.

Se ha intentado responder a esta pregunta a través de la Segunda Ley de la Termodinámica, y sus consecuencias en la irreversibilidad de los sucesos.

La Primera Ley de la Termodinámica establece que la energía no se pierde, sino que se transforma. Así que una energía cinética (las brazadas del maquinista agregando carbón en la caldera de la locomotora) puede generar energía calórica (el vapor generado por el carbón en la locomotora); la energía calórica puede engendrar energía cinética (la movilidad de las ruedas del tren sobre las vías), la energía cinética puede generar energía eólica (el viento provocado por la velocidad del tren), la energía eólica puede generar energía cinética (el desprendimiento de la hoja de un árbol cercano a las vías).

La Segunda Ley de la Termodinámica indica que en cada transformación hay energía que se disipa en mero calor (el sudor del maquinista, las cenizas del carbón, el roce de las ruedas, el aire desplazado) y que no puede reingresar al sistema. Esto es, que explica la irreversibilidad de ciertos procesos. En tal sentido, el principio al que se alude podría ser enunciado como que en todo sistema de causa – efecto, hay efectos que no pueden continuar convirtiéndose en causa de otros.

Un sistema cálido interno o externo, y un sistema frío externo o interno, tenderán a equilibrarse en cuanto entren en contacto, alcanzando su estabilidad en el momento en que obtengan una temperatura media. Esto es, la homogeneidad tiende a la indeterminación, o al desorden.

La falta de esfuerzo, el descrédito de la tenacidad o la dedicación, la desatención de los principios de la justicia distributiva, o de los más elementales

trazos de equidad, precisamente pierden de vista que el motor de cualquier valor, incluso el dinerario, es precisamente el trabajo invertido en él<sup>66</sup>.

De tal forma se desprecia la fuente de valor, que se llega a concebir la personificación del “dinero”, en tanto que trabaja “para usted”. Ese dinero que se multiplica sin pausa, es un tren al que sólo propulsa la mera inercia. Y los procesos inerciales, para quien cree estar conducido por un maquinista, pueden traer sorpresas desagradables, como el quedarse detenido en la cumbre de una montaña imposible, sin agua, animales ni medios de comunicación.

Un sistema que puede crearse a sí mismo, que puede generarse a sí mismo (la vida, como tal es uno de tales sistemas), en abierta lucha contra tal principio de disipación y fatalidad, se denomina “autopoiético”. Este tipo de sistemas acrece en organización a medida que adquiere complejidad; se estructura a medida que se diversifica.

El lema o la tesis central de los evangelios empresariales, como hemos visto en la primera parte, es el que da título a este libro: Si es fácil, es verdadero.

La facilidad de lectura, entendimiento y argumentación de los trabajos comentados, impulsa hacia la homogeneidad (dada la amplitud de sus destinatarios) de imprecisión (dada la amplitud de sus generalidades), la

---

<sup>66</sup> *Comentario*: “Así, el trabajo es potencialmente ‘ejercicio de libertad’, pero precisamente porque supone esfuerzo, resistencia, retos para el individuo; por eso una acción instrumental de trabajo no es nunca sólo instrumentalizada, es también posibilidad de autonomía al poner los obstáculos u objetos libremente, y es también posibilidad de autorrealización al superar esos obstáculos y conseguir los objetivos, de un modo en que el individuo se enriquece como ser humano, aprende y se autotransforma él mismo subjetivamente a través de su actividad objetiva” (NOGUERA FERRER, José Antonio: “La transformación del concepto de trabajo en la teoría social (la aportación de las tradiciones marxistas)”, tesis doctoral de la Universitat Autònoma de Barcelona, junio de 1998, pag. 79 publicado en <http://www.tdx.cbuc.es/TDX-0428108-164019/index.html>)

autosuficiencia (dada la consumación en sí misma de las teorías implicadas), todas formas de la dispersión o del abandono.

Uno de los más feroces compromisos del ser humano es con el tiempo de su vida. El tiempo que consume procesos irreversibles. Y la prolongación o exasperación de facilidades, no hace sino aumentar los niveles de entropía.

La amplificación de las facilidades decanta en la densidad del vacío. Vacío que a falta de horizontes, sólo logra ocuparse (ya que no colmarse o satisfacerse) con la invasión (ya que no integración o habitación) de lo inmediato<sup>67</sup>. Cada descanso en la metódica tautología, son capitulaciones en nuestra lucha contra la evanescencia de nuestro esfuerzo, nuestra memoria, nuestra vitalidad.

### *Las jerarquías del desorden.*

En un sistema homogéneo, y por ende, tendiente al caos, a la disipación, el único modo de diferenciarse ocurre a través de la cantidad.

Imagine usted una solución turbia de componentes irreconocibles. El agua de las alcantarillas, el desagüe pluvial, una amalgama de masillas de distintos colores... No podrá saber si una porción es más ácida que otra, o está

---

<sup>67</sup> *Comentario I*: “Occidentales industrialistas, hemos inventado el ruido incesante, las montañas de objetos, la presencia totalitaria de lo lleno”, LEGENDRE, Pierre: “La fábrica del hombre occidental”, Amorrortu Editores, Buenos Aires, 2008, pag. 19.

*Comentario II*: “La sociedad que ingresa al siglo XXI no es menos ‘moderna’ que la que ingresó al siglo XX; a lo sumo, se puede decir que es moderna de manera diferente. Lo que la hace tan moderna como la de un siglo atrás es lo que diferencia la modernidad de cualquier otra forma histórica de cohabitación humana: la compulsiva, obsesiva, continua, irrefrenable y eternamente incompleta *modernización*, la sobrecogedora, inextirpable e inextinguible sed de creación destructiva (o de creatividad destructiva, según sea el caso: ‘limpieza del terreno’ en nombre de un diseño ‘nuevo y mejorado’, ‘desmantelamiento’, ‘eliminación’, ‘discontinuación’, ‘fusión’ o ‘achicamiento’, todo en aras de una mayor capacidad de hacer más de lo mismo en el futuro – aumentar la productividad o la competitividad) (BAUMAN, Zygmunt: “Modernidad Líquida”, Primera Edición en español – 2003 –, Novena reimpresión, Fondo de Cultura Económica,

más contaminada, o posee tales y cuales características que la distinga del resto. Sólo podrá hablar de partes más o menos abundantes, con mayor o menor contenido de “lo mismo”.

Así no habrá mejor ni peor, ni blanco ni negro, sino nada más que mucho, poco y bastante.

Para la ética de lo homogéneo, no es la libertad, sino la propiedad el molde en donde se cuecen todos los derechos. Para la ética de lo amorfo, todos gozamos del privilegio de hacer lo que se pretende que hagamos.

*Creecer y ser cada vez menos.*

La iglesia del éxito pregona el seguimiento del mayor número de personas a fin de llegar a ser parte del menor número de personas.

Si el éxito sólo se distingue por su acumulación de cantidades de cosas, resulta inevitablemente excluyente. Por lo cual, su rito de inclusión, propalado a los cuatro vientos, es al mismo tiempo la explicitación en acto del mito de exclusión. La inclusión es la exclusión, por definición. Si estás dentro, es porque formas parte de una minoría selecta y poderosa. El llamamiento a nuestra inclusión es al mismo tiempo un eco de nuestra exclusión. Entre los muchos y los pocos, no hay nombres ni apellidos. Solamente cantidades. El éxito es un modo de prestar reconocimiento a quienes no son nadie.

La respuesta a “cuánto puedo comprar” equivale a la posición jerárquica en la estructura del éxito. Así el objeto sustituye al sujeto, el cuánto al para qué y el “más” al por qué.

En la iglesia del éxito, cuanto más alto te encuentres en la jerarquía, más reducido será tu universo de pares. Se trata de desigualar mediante la feroz equivalencia de la fungibilidad.

La jerarquía por cantidad se protege de su propio esfuerzo segregativo: Hace saber a quienes más abajo estén en la línea de poder, que están allí por su propia voluntad. Así, esta élite de “los menos” es utilización de la capacidad del poder de “los más”. Todos tienen las mismas potencialidades. Así la diferencia entre lo “mucho” y lo “poco”, es presentada como equivalente a la de “acto” y “potencia”, con lo que el modelo gana en perversión. No sólo se excluye por derivación, sino hasta por principio.

Precisamente porque todos buscaríamos “lo mismo” ese “lo mismo” resulta poderoso. Sobreactuación de los contornos. Un árbol hueco, al que todos adherimos como hongos, sin ojos, sin sombra, sin raíz.

Para quienes han logrado el éxito, el consecuente poder que pudieran poseer es contingente, aunque necesario e inevitable. El éxito es la banalidad el poder, su utilización despreocupada<sup>68</sup>. La frivolidad de elegir quién podrá quedarse sin empleo, a fin de que asuma una nueva oportunidad.

La fungibilidad, la homogeneización, el amalgamiento, reconstituyen el caos primigenio, acreciendo los niveles de entropía, reduciendo los niveles de sentido primero y de significado después, para pasar a perder toda información a su respecto<sup>69</sup>.

---

<sup>68</sup> *Comentario*: “La gestión ultramoderna es indiferente a los sueños religiosos y políticos. Hoy es el tiempo del individuo banalizado y del universo cosificado: el tiempo de la insignificancia” (LEGENDRE, Pierre: “Dominium Mundi – El imperio del Management, Ed. Amorrortu, Buenos Aires, 2008, pag. 23.”

<sup>69</sup> *Comentarios*:



### *El éxito vicioso.*

Sólo hay éxitos observables, del aquí y ahora, en presencia nuestra, ante nuestros ojos, ostentando sus enseres y atributos. Como única señal posible, la muestra inmediata y directa. La señal yuxtapuesta, el deíctico de pie, la voz de la evidencia.

De acuerdo con el padre de la semiótica, Charles Sanders Peirce, pueden reconocerse tres partes en un signo, de acuerdo con su clásica definición en virtud de la cual entiende como signo a “algo” que está para “alguien” por “algo”, en “algún” aspecto o disposición<sup>70</sup>: La forma, la existencia y el interpretante. Por “forma” puede entenderse la abstracta posibilidad de aparecer un signo; por existencia, su aparición física; y por “Interpretante”, el modo de inteligirlo y utilizarlo como tal.

De acuerdo con Charles Sanders Peirce, todos los signos poseen clasificarse en una tabla de al menos nueve categorías, en orden a las relaciones de estas tres partes del signo entre sí. De esta manera, tenemos: Del lado de la forma: La forma de la forma, a la que denomina “cualisigno”, la forma

---

“El tema del caos en semiótica, lo estudié inicialmente, desde diversos ángulos, en mi trabajo “Del caos al lenguaje” de 1983, Casi 25 años después retomo el tema a partir de la diferencia entre el entorno entrópico (lo más semejante al caos) y el mundo semiótico”.

“Un entorno entrópico, en el momento t+n, designa lo que, en un momento futuro, dejará de verse de todo lo que hoy vemos; aquello que saldrá del campo de atención de la humanidad (o de determinada comunidad, o, incluso, de determinada persona) cuando, por la eficacia de nuevas formas de hablar, de nuevas formas de representar con imágenes, de nuevos gestos y actitudes realizados en comportamientos ritualizados, o sea, por la eficacia de las transformaciones que actualicen determinada semiosis dando lugar a nuevos mundos semióticos, haya otras tantas palabras, imágenes y gestos que habrán caído en el desuso, sonando primero como arcaicas cuando pretenda utilizárselas, luego como inexpresivas y finalmente ignoradas en el olvido.” (MAGARIÑOS DE MORENTÍN, Juan: “La semiótica de los bordes – Apuntes de metodología semiótica”, Ed. Comunicarte, Córdoba, 2008, pags. 103 y 427.)

<sup>70</sup> Comentario: “*A sign, or representamen, is something which stands to somebody for something in some respect or capacity*” (MAGARIÑOS DE MORENTÍN, Juan: “La semiótica de los bordes – Apuntes de

de la existencia, a la que denomina “sinsigno”, y la forma de la ley a la que denomina “legisigno”; del lado de la existencia, la existencia de la forma (“ícono”), la existencia (“índice”) y la existencia de la ley (símbolo); y del lado de la ley, la ley de la forma (“rhema”), la ley de la existencia (“Decisigno”) y la ley de la ley (“argumento”)<sup>71</sup>.

Se supone que no existe signo alguno que carezca de todas estas dimensiones o categorías.

Así, por ejemplo, respecto del “otoño” como concepto, podría decirse que su estructura sígnica de acuerdo a la clasificación de 9 signos indicada, se resuelve de la siguiente forma: *Cualisigno*: las posibles notas climáticas anuales en periodos extensos; *Sinsigno*: clima fresco y lluvioso en nuestra zona geográfica; *Legisigno*: la división del año calendario de acuerdo a las posibilidades de observación cíclica; *Ícono*: efectiva ocurrencia del clima fresco y lluvioso; *Índice*: viento templado, hojas amarillentas; *Símbolo*: ubicación de la época del año correspondiente en el contexto de la diferenciación de paisajes; *Rhema*: el contexto de los movimientos del eje terrestre con relación a los rayos solares; *Dicisigno*: la regularidad de los cambios operados en las estaciones del año; y *Argumento*: el calendario climático anual – estacional.

---

metodología semiótica”, Ed. Comunicarte, Córdoba, 2008, pag. 103.

<sup>71</sup> *Comentario*: “Desarrollo instrumental – operativo del esquema de los 9 signos peircanos.

I General. 1) *Cualisigno*: Selección de componentes cualitativos para... 2) *Ícono*: ...configurar una propuesta perceptual... 3) *Rhema*: ...Interpretada en el sistema completo actual de sus posibilidades formales; 4) *Sinsigno*: Identidad existencial de... 5) *Índice*: --- un fenómeno material determinado... 6) *Dicisigno*: ... interpretado por su contextualización; 7) *Legisigno*: Norma, orden, explicación, advertencia, etc., constitutivas de... 8) *Símbolo*: ... una propuesta convencional... 9) *Argumento*: Interpretada a partir de un determinado sistema de normas vigentes.” (MAGARIÑOS DE MORENTÍN, Juan: “La semiótica de los bordes – Apuntes de metodología semiótica”, Ed. Comunicarte, Córdoba, 2008, pag. 126).

Cabe precisar respecto de la noción de “éxito” esbozada en los evangelios empresariales, que su análisis autorreferente, volcado sólo en la enunciación, efectividad y observación de su ocurrencia, se lleva a cabo exclusivamente en la línea de la “existencia”, ya que se parte del muestrario de fenómenos o sujetos “exitosos”, no de la noción de éxito en cuanto tal; analizándolo en tanto forma de la existencia, a través de las marcas cuantitativas consideradas relevantes en cuanto expectativas de logro; de la existencia de la existencia, a través de los testimonios aportados, por protagonistas y participantes de su constatación; y de la ley de la existencia. a través del contexto reduccionista de la indagación, acotado a la observación de las marcas predisuestas inicialmente. De este modo, se abarcan las tres dimensiones o categorías, dando sensación de completitud, pero sin que puedan realimentarse excepto por asimilación y redundancia.

En definitiva, el panorama pretendidamente expuesto, no resulta evidente por la elegancia de sus conclusiones, sino por la facilidad de su planteo.

En un juicio de lógica proposicional, la línea de la ley puede asimilarse a la de la “regla”; la línea de la existencia a la del “caso”, y la de la forma a la del “resultado”. De esa forma tendríamos: Dada la regla “calendario climático estacional”, que indica que entre tales y tales meses, de conformidad a la inclinación del eje terrestre, los rayos solares impactarán con mayor perpendicularidad sobre el paralelo ecuatoriano, con el hemisferio Sur levemente alejado (caso), debe resultar que nos encontramos en una época determinada

del año, caracterizada por el clima fresco y lluvioso denominado otoño (resultado).

*¿Por qué no hay éxitos por deducción?*

El silogismo deductivo suele presentarse del siguiente modo: Dada una regla (Todos los árboles tienen ramas), y detectado un caso (éste sauce es un árbol), deducimos el resultado (éste sauce tiene ramas) por la sustitución del antecedente genérico por el particular que está incluido en él. Este es el único procedimiento lógico que nos brinda certeza, pero que al mismo tiempo no nos ofrece una ampliación de nuestro conocimiento o información acerca de los sauces, las ramas o los árboles, ya que sencillamente decimos lo mismo para un caso que lo que afirmamos para toda la categoría de casos correspondiente, por lo que el juicio es tautológico.

El silogismo inductivo puede presentarse a su vez de la siguiente manera: Dado un resultado (el sauce tiene ramas) y detectado un caso (el sauce es un árbol), podemos establecer hipotéticamente una regla (los árboles tienen ramas). Esta regla estará a merced de cualquier contraejemplo que pudiera suscitarse en un futuro.

Finalmente, el silogismo denominado por Peirce “abductivo”, dado un resultado (el sauce tiene ramas) y una regla (los árboles tienen ramas), podemos formular la hipótesis del caso (el sauce es un árbol), con alguna probabilidad de certeza.

En tanto, como se ha visto en el punto anterior, la noción de “éxito” sólo se desarrolla en la línea de la existencia, el único modo de probarla es al mismo tiempo el único modo de definirla, observarla y establecerla. Esto es, el éxito es al mismo tiempo, su observación, constatación y verificación. De allí que sólo acepte los métodos de exposición directa (testimoniales, casuísticos, inmediatos) y resulten autosuficientes para legitimarse y entenderse.

No habrá posibilidad de salir del círculo vicioso del éxito comprobado por el éxito verificado en el éxito observado. La conclusión forma parte de la premisa, y se pone como condición de ella misma.

No poseyendo la dimensión de la forma, el éxito carece de abstracción o composición; y no poseyendo la dimensión de la ley, el éxito carece de contexto y fundamento.

No puede plantearse la aseveración de un éxito futuro, de acuerdo con una hipótesis de insumo y desarrollo, en virtud de que se desconoce su forma, las notas que lo distinguirían de cualquier otro fenómeno, sin que se encuentren presentes. No puede plantearse la aseveración de un éxito pasado, de acuerdo a una hipótesis de alcance y demostración, en razón de que se desconoce su ley, más allá de su presencia. El éxito es así causa y efecto, realidad y representación, consecuente y antecedente, sustancia y acción, sujeto y objeto.

Sólo hay casos exitosos. No hay leyes ni resultados. Casos. Y es entonces que deben callarse todas fórmulas porque la única voz que se levanta, y la única autorizada para hacerlo, es la de la experiencia. Intrasladable, y sin embargo fungible, adaptable, permanente e indivisa. Posee la magia de aquellas

cosas que sólo son posibles en acto. Y sólo son representables en acto y por medio de sus propios protagonistas. Cualquier objeción sólo podría venir de ellos mismos. Debe uno ser exitoso para rebatir los métodos de alcanzarlo. Ya que el único modo de alcanzarlo es inductivo. A partir del relato de los sucesos “exitosos”, gérmenes “en sí” de la victoria completa.

### *Pensamiento mercancía.*

Reducción. Escisión. Vulgarización. Aislamiento. El pensamiento ya ha pasado a ser otro producto industrial, y posee sus propios medios de elaboración, distribución, marketing y consumo.

El pensamiento como un bien privado, privadísimo. Prácticamente íntimo. Para una sociedad que no encuentra unidades generales de sentido<sup>72</sup>, la creación de una perspectiva debe hacerse en forma individual.

---

<sup>72</sup> *Comentario I:* Cada nueva argucia de la técnica consume soledad. La televisión, la informática. Los juegos virtuales de Internet. La telefonía celular. Los taxímetros. Las rejas. Las alarmas. Los sistemas de seguridad. Las barreras protectoras. Los códigos de verificación. Las tarjetas personales. Así, el hombre solo, arrojado al silencio, no tiene otra forma de rumiar sus insatisfacciones, o de consolar sus desiguales fortunas.

*Comentario II:* “¿Pero podemos vivir sin los universales?. ¿Es posible aumentar nuestro conocimiento y al mismo tiempo preservar su imprecisión?. ¿Y no comienza la supresión de lo que es genuinamente subjetivo en las relaciones personales mucho más que en el dominio de la política, que no puede existir sin algo que sea compartido por todos? ‘Es necesario que los que hablan con inteligencia confíen en lo común a todos, tal como un Estado en su ley, y con mucha mayor confianza aún’, escribe Heráclito (fragmento 114). De acuerdo. Pero todo depende de cómo se logra ‘lo común’ y cómo rige después que ha sido aceptado.

“En una dictadura ‘lo común’ es impuesto; rige porque a sus sujetos no se les permite actuar de otro modo. ‘Lo común’ rige también en una democracia pero no porque sus ciudadanos no puedan pensar o actuar de otro modo, o porque les esté prohibido actuar de otro modo. ‘Lo común’ rige porque los ciudadanos han decidido orientar sus actos públicos (no todos los actos) de manera temporal (no para siempre) sobre la base de un simple programa (no sobre la base de un fundamento racional o de un ideal humanitario – aunque ambos puedan desempeñar un papel en la elección del programa-).” FEYERABEND, Paul, “La conquista de la abundancia”, Ed. Paidós, Buenos Aires, 2000, pags. 308/9.

*Comentario III:* “Los argumentos sobre la realidad tienen un componente existencial: consideramos reales aquellas cosas que tienen un papel importante en el tipo de vida que preferimos.” FEYERABEND, Paul, op. cit., pag. 96.

Como objeto de consumo, dicha construcción debe ser económica (no debe requerir de otras inversiones, por ejemplo, de lecturas previas o de formaciones filosóficas, económicas o sociales previas), integral (no debe requerir de complementos de ningún tipo, ni siquiera financieros), breve (no debe insumir más tiempo que el de su lectura directa, sin repasos ni asentamientos sucesivos, métodos de análisis o interdisciplina), llamativo (debe despertar la vocación del lector a su lectura) y reconfortante (no debe generar preocupación sobre el tema a desarrollar, sino dar la sensación de su agotamiento y posterior y consecuente desinterés).

Vivimos épocas en las que la unidad del conocimiento resulta extremadamente difícil de obtener en una sola persona, incluso en un solo grupo de personas. La distancia que media entre un especialista de cualquier materia y el hombre de la calle es cada vez mayor. Y resultan raros los casos de elaboración de síntesis, ya que la misma conformación de los valores y requisitos académicos y profesionales, no dedican tiempo ni dinero a realizarlos.

Los sucesivos desprendimientos de la filosofía en ciencias particulares (cada vez más parceladas y autónomas) reclaman una unidad que devuelva los objetos a una sola mirada. Aprovechando este reclamo y aquella lejanía, pero sin reconocer el bagaje histórico cultural del que provienen, el éxito comercial aparece como el resultado de una iluminación, que vuelve a tener todo bajo la vista, sin tener que haber empujado nada hacia allí. Los conceptos y las imágenes son blandos, tenues, apacibles pero... eufóricos. Suenan como grageas de toma diaria para evitar la complejidad del mundo.

La perspectiva no resulta de una construcción (trabajo), sino antes bien, de una muestra. Una guía turística o visita a las galerías de arte, en la que el cuadro de aquí, la danza de allí, el monumento ese, la historia de aquel, se unen en su más abierta superficie. Sin devolvernos la mirada.

El trabajo del éxito o el éxito del trabajo.

¿Tener éxito es sólo obtener ganancias?. ¿Y luego qué se hará con ellas?. El ser humano no puede detenerse en la conformación de sí mismo. Al igual que las civilizaciones que dejan de plantearse problemas, desaparecen, así desaparecen las personalidades y hasta las empresas o grupos de empresas que dejan de tener inquietudes o incompletitudes.

Somos más la suma de nuestras carencias, que la multiplicación de nuestros dones. Dependemos más de aquello que nos falta que de aquello de lo que disponemos. Animales de tiempo, la caída en el presente sólo nos permite la proyección en el futuro.

De manera que tener éxito es desarrollar la expansión de las potencialidades en la mayor esfera de libertad posible.

La realización de las formas de libertad (formas no asignadas, afectadas ni condicionadas a fines determinados, como si fueran planes de ahorro), sólo puede lograrse por medio del trabajo<sup>73</sup>.

---

<sup>73</sup> "(el trabajo) es un derecho y no sólo un deber social. Su valor consiste en que por el dominio y transformación de la naturaleza, el trabajo es una actividad creadora de bienes y servicios sin los cuales no podría asegurarse la vida ni la reproducción de la especie. Facilita la inserción social y permite, por medio de los ingresos salariales, o del seguro o subsidio de los desocupados, la obtención de recursos para sobrevivir autónomamente sin depender de la beneficencia o del esfuerzo de otros. Es una actividad donde los hombres desarrollan las diversas dimensiones de la personalidad y contribuye a construir la identidad profesional. Por su dimensión social, se lleva a cabo en un colectivo de trabajo, entidad nueva generada por



Sólo el trabajo garantiza el orden y su comunicabilidad. Sólo a través de un proceso puede entenderse, compartirse y legitimarse un logro.

Sin trabajo, no sólo no hay sostén de las economías, sino que se derrumba el propio asidero de las ideas.

Prestar atención a la evolución y concepciones de las formas del trabajo<sup>74</sup>, es aseguir dónde se apoya, dónde se ha apoyado cada vez, el peso de los dislates y los desequilibrios.

Alejarse unos de los otros es estrechar y reducir el horizonte. Formar islotes de consideración, en los que sólo importamos con nuestros objetos.

Vemos llegar a nuestras islas toneladas de oro, provenientes de los mares. Y sonreímos.

Todo el mar, la completa inmensidad y diversidad del mar, nos tiene sin cuidado. Pero, ¿quién querrá comprar la isla cuando se hunda?. Las crisis económicas mundiales provocadas por el estallido de las “burbujas financieras”, son un buen ejemplo de esta situación.

Lo fácil no es verdadero (esconde la tremendamente complicada explicación del funcionamiento abstracto de las bolsas, los precios, las acciones y las virtualidades). Sí lo sencillo: No hay cosa en el mundo de la que pueda predicarse un valor comunicable si no ha mediado el trabajo con ella. No hay

---

los lazos e inter-relaciones de coordinación y de cooperación, creando así bases objetivas para instaurar la solidaridad entre los trabajadores de una misma unidad productiva. Los trabajadores adquieren trascendencia pues sus obras van a perdurar, mucho más allá de la vida física de sus creadores y de las fronteras geográficas de ejecución.” (NEFFA, Julio César: "El trabajo humano. Contribuciones al estudio de un valor que permanece", Grupo Editorial Numen. Hvmánitas, Buenos Aires, 2003, pag. 258)

<sup>74</sup> Para una introducción a la evolución del concepto de trabajo, en su faz jurídica, ver: CERUTI, Raúl Alberto: “Variables en la historia de la caracterización jurídica del trabajo” en la Revista de Derecho Laboral Actualidad – Boletín de Información Mensual del mes de octubre de 2008, Ed. Rubinzal Culzoni, Buenos Aires, 2008.

placer estético más sublime que la percepción del inmenso trabajo detrás de la nota, la palabra, la forma, la escena o el color, que más claridad aporte a la obra musical, literaria, escultórica, dramática o pictórica.

Habrán otras cosas que generen suba de precios, ganancias extraordinarias, éxitos envidiables. Pero sólo el trabajo otorga unidad de sentido.

*Brindis*

Porque todos podamos ampliar nuestros trabajos, como forma de hacernos más cercano el horizonte, y a fin de no poder desconocernos.

La cercanía del horizonte es propensión al abrazo.

Raúl.-