ASI VAMOS... EL MITO DEL HOMBRE EMPRESARIO

Juan Castaingts Teillery Profesor Investigador UAM-I

Uno de los grandes mitos del mundo actual, tanto en el mundo como en México, es el del hombre empresario. Como muchos mitos, este mito tiene un sustento social. En este caso, es el funcionamiento de los mercados modernos a los que acuden hombres, denominados empresarios, los cuales en una competencia despiadada entre ellos luchan por obtener beneficios monetarios. El ser empresario requiere de conocimientos, mañas, habilidades, osadía, cinismo y en ocasiones, para determinados mercados, también se requiere de inteligencia.

En el mundo mercantil, las ganancias y las pérdidas clasifican a los hombres entre ganadores y perdedores. En la sociedad actual se glorifica al ganador y se estigma con gran fuerza negativa al perdedor. A los ganadores se les convierte en los nuevos héroes y casi semidioses; no importa si en su camino hacia el triunfo haya sido necesaria una alta dosis de cinismo; lo importante es el triunfo y el triunfo los hace héroes. Para el perdedor queda la mancha y la infamia, no importa que haya luchado con honor, ya que hoy el honor se presenta como la disculpa del vencido.

Los reportajes sobre empresarios florecientes que se hicieron ricos rápidamente abundan en las revistas y periódicos, en ellos se alaba su forma de vestir, su gusto en el vivir, al tiempo en que se ensalza su estrategia para la riqueza y la firme determinación de su espíritu triunfador. El triunfo no es de los espíritus dubitativos, sino de aquellos dotados de personalidad ambiciosa y que seguros de sí mismos, no dudan en implementar cualquier cosa buena o mala, ya que lo clave son las cuentas bancarias y financieras.

Se acabaron los otros valores, el honor, la lealtad, la inteligencia, la alegría, el amor; sólo el triunfo cuenta y el triunfo sólo es cierto cuando se expresa en término de pesos y dólares.

El deporte es otro de los centros claves en los que este mito ha sentado sus reales. En el imaginario social que incita el mito, el deportista, como el empresario, debe ser osado, fuerte, conquistador, decidido, seguro de sí mismo. Si alguien pierde es porque carece de estas cualidades o porque no las dispone en grado suficiente o bien, porque no ha realizado el esfuerzo necesario para poder adquirirlas.

La derrota deportiva en el imaginario social, siempre es culpa del derrotado, por su espíritu de derrotado. En cambio, el ganador lo hace porque tiene espíritu de ganador. Es curioso cómo en el imaginario social que genera el mito, todo el proceso deportivo que

es ampliamente complejo, se reduce a la simple atribución de virtudes que se suponen son las que tienen los empresarios en el proceso de mercado.

Pero el mito tiende a extender sus redes hacia el proceso social en su conjunto. En la escuela ya no hay listos o tontos, aplicados o burros. Lo que ahora hay son espíritus triunfadores y espíritus perdedores.

El conocimiento sólo cuenta cuando se traduce a un proceso mercantil y se expresa en dinero para el investigador. El deseo de conocer se vive como cosa extraña o la disculpa que tienen los investigadores de espíritu perdedor.

El político debe ser un ganador y debe expresarlo en sus discursos. Lo mismo se le pide al chofer de taxi, al voceador, al albañil, etcétera. El ama de casa debe administrar su hogar como si fuese una empresa. El joven debe escoger su carrera, usando los mismos procedimientos que los que sigue un empresario y si éste administra y maximiza los rendimientos de su capital monetario, el joven, al decidir su carrera, debe maximizar los rendimientos futuros de su “capital humano”.

El empresario es un modelo de acción para todos y por medio de este modelo se debe buscar la conquista del éxito social y los mecanismos de la conformación de la identidad personal. Este mito-modelo hace del individuo, por su espíritu de “triunfador”, el centro de todo un enorme proceso imaginario.

El problema es que, tanto en los mercados como en la vida cotidiana, los triunfadores sólo son y sólo pueden ser unos pocos.

Por eso, EL MITO DEL HOMBRE EMPRESARIO ES AL MISMO TIEMPO, LA REALIDAD DEL HOMBRE HUMILLADO.

Ante la imposibilidad de ser (en términos de la mitología del hombre empresario), entonces la droga es el mecanismo no sólo de evasión, el camino corto para fabricar la individualidad, un camino artificial para la multiplicación de sí mismo.

Los nuevos mitos neoliberales son un mecanismo muy importante de la destrucción de lo social, de la violencia, del aniquilamiento del yo y del vacío espiritual.

castaingts42-juan@yahoo.com.mx