



Por VICENTE GUTIERREZ*

Desenfoques cotidianos

Freud escribió su famoso libro *“Psicopatología de la vida cotidiana”*. En él, Freud, intentaba explicar, a partir de pequeños fallos en la pronunciación, en la dicción, en olvidos, etc, que cotidianamente todos cometemos y a los que no damos la mínima importancia, intentaba explicar, como digo, que esos “lapsus” eran señales que afloraban atravesando fisuras desde lo que él llamó inconsciente y, como los sueños, también eran susceptibles de interpretación.

Tranquilos, no se apuren, no vamos a psicoanalizar a nadie, pero la idea me sirve como provocación para que determinadas personas analicen sus respuestas diarias.

Cuando nos enfrentamos cada día a nuestro puesto de trabajo, determinadas conductas “desenfocadas” sugieren que algo está pasando, sobretodo cuando se perpetran con toda naturalidad y sin darse uno cuenta de que el resto del mundo si se está dando.

Recientemente fui a un gran centro comercial con una foto de un perfume que un amigo me aconsejó y que yo quería regalar; transcribo la conversación:

- Yo: Hola buenos días, estaba buscando este perfume (enseño la foto) que un amigo me ha aconsejado.

- Dependienta: Mmmm yo no lo conozco pero acompáñeme que quizá una compañera sí lo sepa.

- Yo: Gracias muy amable.

-Dependienta: ¡Maripuri! ¿conoces este perfume?

-Maripuri: Si. Aquí no lo tenemos.

- Yo: ¿Y lo suelen tener y se les ha acabado o lo van a pedir?

- Maripuri- (Apoyada en el mostrador cual barra de bar) Solo lo tenemos, que yo sepa, en nuestro centro de Madrid.

-Yo:¡Ah , pues perfecto, ¿ se puede encargar?

- Maripuri : Sí, claro.

-Yo: ¿Qué precio tiene?

- Maripuri: Ni idea.

Su compañera y yo nos miramos,

-Yo: ¿Y cómo voy a encargar algo que no sé lo que vale?

- Maripuri: (Sin inmutarse) Es que solo lo encargamos para clientes que ya saben como huele y lo que vale.

La amable compañera “vaso dilatado periféricamente” enrojando todo su rostro despidiéndose de mí con una mueca que quería aparentar una sonrisa imposible

El primer juicio que a uno se le antoja sobre este “magnífico desenfoque” es un impropio verbal acompañado de un gesto que recuerde como se estrangula a un pollo.

Que nadie dude que el que escribe esto se hizo con el perfume, lógicamente en otro establecimiento, con la firme promesa de no volver a entrar en el primero. Han perdido una venta pero lo que es peor, han perdido un cliente, y Maripuri sin enterarse, ni tampoco su jefe, ni el jefe de su jefe, y así estarán perdiendo ventas y clientes a chorros, ¿la causa? Un desenfoque cotidiano.

El otro día comiendo con un buen cliente me preguntó:

-Tú trabajas con la agencia de viajes XXX, ¿no?

-Yo: Sí, ¿por qué me lo preguntas?

- Mi cliente: Porque yo ya no.

Así me relató por qué ha decidido abandonar a un proveedor con el que llevaba trabajando muchos años.

Mi empresa , amigo Vicente, de la cual como sabes, soy director desde hace más de quince años, viene organizando todos los viajes de nuestros empleados, unos 120 al año y por todo el mundo, especialmente China, India, Rusia y últimamente el cono sur, con esta agencia. Pues bien, el otro día quise encargar un viaje particular con mi mujer para pasar unos días de vacaciones. Cuando llamé a la agencia personalmente y después de presentarme, una chica me dijo que para viajes particulares tenía que llamar a otra oficina que ella solo organizaba los viajes de empresa.

- Yo: ¿Qué le dijiste?

- Mi cliente: Nada, colgué y acto seguido di instrucciones al departamento de compras para que contrataran otra agencia, que esta ya no nos vale. Tengo demasiadas preocupaciones y problemas como para dedicar dos llamadas para organizar un viaje. No han entendido en qué consiste su negocio, que no es otro que darme servicio, y lo que me dan es trabajo. ¡Que les den!

Pequeños desenfoques cotidianos que cuestan muy caro, y los S. Freud de cada empresa debe analizar sus causas y de qué enfermedad son síntomas, de lo contrario, será imposible levantar el vuelo con tanto lastre.