

Para tu reflexión



Por **VICENTE GUTIERREZ***

Continente y contenido

Las últimas elecciones, con la irrupción de nuevas fuerzas políticas, han dejado una cosa bien clara, a saber: **las formas son importantes**. Todos, mediante sus formas, han querido transmitirnos lo que pretenden en el fondo.

Idénticos en su diferencia y mimetizados en la hipocresía. Para los unos, la imagen es de una importancia vital y para los otros, de una vital importancia. Mientras unos pretenden mantener unas formas, los otros quieren acabar con ellas, eso sí, trayendo las suyas y descalificando las primeras. Lo dicho, el cómo es tan importante como el qué.

Philip Kotler, uno de los gurús del marketing más reconocidos del mundo, dice que *“las cosas deben tener diseño y estilo”*. El **diseño** nos asegura que las cosas están hechas para cumplir su función, su cometido, el fondo. Por otra parte, el **estilo**, la forma busca además que sea grato para el nicho de personas que lo va a consumir, en virtud de sus cánones estéticos y sus expectativas.

Y esta última palabra es la clave: **las expectativas**, que son las que deben dictar la sustancia y su apariencia adecuada y oportuna. Hay personas tan torpes que confunden la autenticidad con una única forma de expresarla, y todos los demás les parecemos marionetas en un baile de

disfraces, y como resultado, más que auténticos, aparecen como auténticamente fuera de lugar y tiempo; importunando.

Me explico mejor: todos nosotros ejercemos cada día de nuestra vida diferentes roles que nos obligan a relacionarnos con diferentes personas por distintos intereses y con diferentes vinculaciones emocionales. Cada miembro de ese entorno que nos rodea, y merced al rol que nos une, tiene una expectativa de cada uno de nosotros; usted, por ejemplo, seguramente será pareja, y seguramente será también padre o madre y además será cliente y proveedor, tendrá personas bajo su mando y probablemente los tendrá también sobre su cabeza y, muy probablemente, practique alguna afición. Pues bien, quizá sin saberlo, usted como yo, cada vez que cambia de rol, cambia el registro de comunicación fondo y forma sin perder un ápice de autenticidad y mostrándose radicalmente distinto en cada circunstancia. Es decir, es usted una madre auténtica muy distinta de la auténtica jefa que es y totalmente diferente de la auténtica e íntegra deportista y así considerada entre sus compañeras de equipo de natación sincronizada, pongamos por caso, y que inteligentemente y precisamente para no perder autenticidad, usted ha ido cambiando del qué y cómo para

acomodarse y cumplir así con las expectativas. Sin embargo, existen personas muy auténticas, incapaces de cambiar de registro y de espaldas a los demás, que no distinguen un funeral de una boda, a un padre de un hijo, un cliente de un proveedor, o una oficina de una acampada con barbacoa incluida, y todo por no perder su autenticidad; es que yo soy auténtico. Efectivamente, un auténtico imbécil, y no es un insulto sino una descripción, en la medida que incomoda a los demás por mostrar escasa inteligencia, incapaz de adaptarse a los diferentes contextos.

Un socorrista de traje y corbata en la playa, con flotador en la mano y pito en la boca por ser auténtico, sería tan ridículo como un cirujano en quirófano con una cresta amarilla, camiseta de tirantes con agujeritos y un *“te quiero Mari Pili”* tatuado en el antebrazo, piercing en la punta de la lengua y buzo anudado a la cintura, o ese mismo cirujano esta vez con bata verde, gorro del mismo color, mascarilla cubriendo su boca y fonendoscopio al cuello, repartiendo las hostias el domingo, día de confesión comunitaria en la parroquia de su barrio.

No sé **¿será que me estoy haciendo un viejo? Eso sí, ¡auténtico, oiga!**

*Vicente Gutierrez
Socio fundador de Grupo Bentas