

LA OPINIÓN DEL EXPERTO

José Aguilar analiza, a través del personaje de Richard Gere en 'La gran estafa', la raíz del éxito de los engaños en las relaciones comerciales. Es necesario encontrar un equilibrio entre el deseo y la realidad

Mentiras en el celuloide

Richard Gere ha firmado una de sus más brillantes actuaciones, lejos de los papeles calcados de seductor irresistible que le dieron fama durante algunos años. En *La gran estafa* interpreta al protagonista de un sonado escándalo de los años setenta en los Estados Unidos, un personaje complejo que se enfrenta a una tarea que le supera. Clifford Irving, escritor de escaso éxito, intenta llamar la atención de una gran casa editorial al anunciar que Howard Hughes, un multimillonario excéntrico y misterioso, le ha encomendado la redacción de su biografía autorizada. El interés que despierta la figura de Hughes hace que la editorial despliegue todos sus recursos para verificar la autenticidad de este anuncio, y después para aprovechar la extraordinaria oportunidad que se le presenta.

La trama está montada sobre una escalada de sucesos, cada vez de mayor alcance, que se suceden como consecuencia de una primera falsedad, no muy premeditada y casi forzada por los acontecimientos. Clifford se convierte en la primera víctima de la gran farsa que ha montado. Todo empieza como un irreflexivo intento por captar el interés de unos editores esquivos hasta ese momento. Las garantías que éstos le exigen conducen a una elaboración cada vez más sofisticada de su embuste.

La gran estafa no pretende ser una historia moralizante, lo cual la convertiría en un producto previsible y aburrido. Sin embargo, no puede dejar de mostrar, sin proponer juicios de valor, un hecho frecuente en la práctica. El recurso a la mentira en una relación profesional, aun sin el propósito de perjudicar a terceros, puede aportar ventajas a corto plazo y sirve para salir de un apuro.

Sin embargo, es un procedimiento poco sostenible, pues introduce variaciones sobre una realidad ya de por sí compleja. Y se sabe que la mentira tiene muy poco recorrido. La conexión entre hechos reales y sucesos virtuales es cada vez más precaria. Lo expresó muy bien un conocido mío cuando afirmaba: "yo ya no miento, porque me estoy haciendo mayor y empiezo a perder memoria".

Pero desde el punto de vista profesional, lo más interesante es la reacción de los directivos de la editorial. La historia de Clifford resulta delirante desde el principio. Ciertamente, aporta algunos datos que la soportan, y sus debilidades pueden ser justificadas por la excentricidad del personaje biografiado. Sin embargo, es muy curioso cómo pasan por alto algunos signos evidentes de la fragilidad de todo el engaño. Muchas veces para no darnos de bruces con la realidad preferimos mirar hacia otro lado.

Cuando los hechos parecen acorralar al protagonista, éste huye hacia de-



ESTEBAN

lante incrementando el tono de sus mentiras. Parece como si las propuestas más inverosímiles fueran las que mejor burlan los procedimientos de control.

Una pequeña desviación en un presupuesto, irregularidades nimias en la ejecución de un proceso, inexactitudes irrelevantes en un informe, despiertan todas las alarmas. Sin embargo, la es-

Muchos ejecutivos tienden a prestar atención y poner el foco sólo en lo que confirma sus previsiones

tafa en toda regla es aceptada casi sin discusión.

La película pone de manifiesto la raíz del éxito de los engaños en las relaciones comerciales. Casi sin darse cuenta, Clifford ha generado en la editorial altas expectativas.

Y cuando una persona acoge expectativas ambiciosas, tiende a ver en los hechos la confirmación de aquello que espera. Los deseos anteceden a la realidad, y casi la conforman. Eran tantas las esperanzas puestas por los editores en el éxito de esa obra, que quedaron ciegos ante las evidencias que mostraban su falsedad. Personas astutas y precavidas sólo son sensibles ante los hechos que confirman sus deseos, y llegan a pagar al autor, nada

más y nada menos que un anticipo de 750.000 dólares.

La gran estafa es una interesante metáfora sobre la tendencia de muchos directivos a prestar atención sólo a lo que confirma sus previsiones. El interés con el que han forjado sus proyectos les lleva a confundir deseo con realidad. Un gravísimo error que, en ocasiones, suele costar muy caro. Este relato nos plantea la necesidad de alcanzar un difícil equilibrio entre el empuje con el que ponemos en marcha una iniciativa o un proyecto profesional y el realismo con el que evaluamos sus posibilidades de ejecución. Es verdad que tantas veces los sueños son más reales que lo que vemos en nuestro estado de vigilia, pues lo que sea nuestra empresa en el futuro es consecuencia de lo que somos capaces de anticipar hoy a través de una mirada ilusionada.

Se ha dicho que lo malo en esta vida no es ver incumplidos los propios sueños, sino no llegar a tenerlos. Un realismo privado de visión transformadora de la realidad resulta monótono y no genera entusiasmo en su entorno. Por el contrario, suele suceder que los delirios utópicos de quien vende castillos en el aire desembocan en decepciones y aterrizajes frustrantes. Tal vez necesitemos directivos con una visión soñadora, pero con los pies en la tierra.

Socio director de Mindvalue

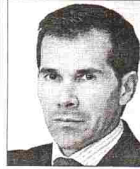
NOMBRAMIENTOS

nombramientos@cincodias.es

• **ALFONSO ARIAS** Consultor de la práctica de ciencias de la salud en Futurestep. Experto en Economías Asiáticas, ha sido nombrado consultor de la práctica de ciencias de la salud de Futurestep España y Portugal, compañía del Grupo Korn/Ferry. En 2002 comenzó su carrera en BNP Paribas, en el área de custodia y liquidación de valores. Fue responsable de formación en la Fundación ICO.



• **EDUARDO BERCHE** Socio director de Landwell-PwC en Barcelona. Es licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, y catedrático en Derecho Financiero. Además, es director del área de Derecho de Fiscalidad y Tributación de Esade. Es especialista en fiscalidad de la empresa familiar y en procedimientos tributarios, con una trayectoria de más de 17 años en el despacho.



• **SABINA BOFILL** Gerente de servicios corporativos de Grupo Ferran. Es licenciada en Comercio Internacional y máster en Ciencias Inmobiliarias por la Universidad Politécnica de Valencia. Ha ocupado cargos de responsabilidad comercial como consultora senior y responsable de inversiones y desarrollo en Christie & Co, y ha sido directora de expansión internacional de la cadena Hotusa.



• **RAQUEL RUIZ MOYANO** Directora de servicios de De la Rue. De 34 años de edad, es ingeniero industrial. Entró a formar parte de la compañía en 2003, donde ha ocupado distintos cargos de responsabilidad asociados a los equipos de gestión de efectivo. Dentro de sus competencias se incluye la logística de piezas y máquinas, así como la reparación en taller o en campo de los cajeros.



• **FERNANDO PÉREZ MATEO** Director comercial de Inosat en España. Posee más de 15 años de experiencia en el sector de marketing y ventas. Ha trabajado como director comercial y jefe de ventas en varias compañías del sector de las telecomunicaciones como EuroQuality, empresa de consultoría del Grupo Indra, y 4U Móviles, empresa de telecomunicaciones del Grupo Caudwell.



• **ÓSCAR BURGUEÑO** Director de negocio de Transitions Optical. Cuenta con una dilatada experiencia como directivo en el área de ventas y marketing. Ha ocupado el cargo de director comercial de la multinacional sueca Cederroth Internacional. Ha desarrollado su carrera profesional como director comercial desde 1999 hasta 2004 en el laboratorio farmacéutico Vegenat.



• **VÍCTOR DOMINGO** Director de distribución de Agrupación Mútua. Tiene 45 años, es licenciado en Derecho y máster en dirección de marketing. Tiene una larga experiencia en el sector asegurador. Se incorporó a Agrupación Mútua en 2001. Actualmente ocupaba en la entidad el cargo de director comercial de agentes y corredores, bancaseguros y grandes cuentas.



• **SANTIAGO CRESPO** Responsable de prevención de Z-tralia. Con una amplia experiencia en el sector de las tecnologías de la información. Ingeniero en Informática de Sistemas y Máster en Telemática y Sistemas Informáticos. Colaboró como ingeniero de sistemas en Optenet. Fue responsable técnico de infraestructura internet del Grupo El Corte Inglés.

