

Las virtudes de *management*: inspiración o alienación

David Sierra, Institut Innova | marzo 2023

Una virtud es una cualidad que socialmente se considera buena y correcta. Muchos de los artículos y charlas de célebres gurús empresariales enaltecen las virtudes deseables en el campo de la gestión, el liderazgo, los equipos, etc. Reflejan nuestros ideales y defectos inconfesables, desgranando con precisión lo que todo el mundo piensa con una argumentación contundente y magnética.

El atractivo principal de su razonamiento es presentarse de forma tan autoevidente que parecen de fácil plasmación. De hecho, sirven a muchos directivos/as como recurso para ilustrar (o aleccionar, en algunos casos) sobre “buenas prácticas”. Orientación a resultados, transparencia, humanismo... son ejemplos recurrentes de algunos cánones de excelencia.

Hay quienes toman estas disertaciones como un estímulo inspirador. Otros, en cambio, pueden vivirlas como insultantemente inasequibles, y con parte de razón, si se emplean como medio indiscriminado para cualquier ámbito y finalidad.

El alcance de las virtudes, en tanto que categorías absolutas, se ciñe al plano intelectual e ideológico. Cuando intentan franquear la realidad operativa, pueden tener un efecto alienante para quienes viven la distancia entre lo que “es” y lo que “debería ser” o reciben como mandato prescriptivo lo deseable.

Precisamente este es el riesgo del culto a las virtudes, como elemento abstracto y categórico: convertirse en un obstáculo para tener en cuenta la experiencia de aquellos que están en primera línea y comprender las múltiples vicisitudes y variables ambivalentes en su acción cotidiana.

Esta distinción entre experiencia y su abstracción podría, por un lado, evitar que algunas personas, especialmente las subordinadas a los estamentos de poder, vivan como propaganda moralista lo que es simplemente una exhortación de ideales del *management*, y por otro, proporcionarles recursos realmente efectivos para analizar y mejorar su práctica.