



DEPRESIÓN GILLETTE

Cuando trabajas para una empresa líder del mercado, dejas de ser solo un empleado. Tu identidad queda magnificada por el poder de la marca, por su imagen, por la autoridad que proyecta a tu alrededor. No eres «uno de tantos»: eres uno de los pocos entre muchos. Y ese poder —de decidir, de representar, de encarnar— te da gloria, seguridad, reconocimiento... y una buena dosis de hostilidad.

Luego, un día, el viento cambia. A veces llega disfrazado de ascenso pensado para apartarte, porque te has vuelto demasiado grande para la sala. Otras veces llega como un incentivo de salida anticipada, cortés como una palmada en la espalda, diseñado para empujarte fuera antes de la jubilación. Y te convences de que puedes replicar fuera lo que un día hiciste dentro. Pero el mundo no funciona así.

Hay una verdad que las historias corporativas nunca registran: cuando a un hijo de una multinacional lo acompañan a la puerta, tras tres o seis meses de inercia psicológica... llega la depresión. Porque la sociedad ya no lo reconoce. Porque su nombre, fuera de esos muros, no pesa nada. Porque descubre que el poder nunca fue suyo: estaba alquilado, no era propiedad.

Solo quienes —como yo— eligieron marcharse pueden mirarse al espejo sin reproche. Pero la herida permanece. Una herida que se cerrará solo el último día.

Y luego llega el último detalle: cuando los familiares preparen la esquela, bajo «profesión» escribirán empleado, vendedor, agente, directivo. Pero nunca escribirán el nombre de la empresa. Porque las madres verdaderas nunca mueren.

Y la mía se llama Gillette.

Nota: Y cuando me llegue la hora, bajo mi nombre escribirán:

GILLETTE NARRATIVE

PROPIETARIO ÚNICO

Ferdinando