

CANTO RODADO
ANA GAITERO

DE MIEDO

Arillas del Órbigo, entre campos de lúpulo y maizales, con la luna velada por las nubes de nieve y el rumor del agua a los pies, un filandón de miedo estremeció la prometedora noche del viernes. Música tradicional con L'Arcu La Vieya y cuentos de muertos y vivos que no quieren morir, que mueren de amor o huyen del miedo, amenizaron la velada tras el festín de terror.

Dicen que el miedo es libre. Pero ya no. El miedo se administra bajo control y se inyecta en dosis letales para la salud social. Miedo a la diferencia, a la gente que llega a las costas de occidente huyendo de la guerra y la miseria, miedo a los partidos que reivindicaban otro país y otra Europa. Miedo y más miedo.

El miedo es una fórmula de éxito. Y no sólo para llenar un restaurante en tiempos de crisis, como hizo El Reguero Moro con manjares e historias de miedo. Sobre todo para colonizar la conciencia de una sociedad, en honda crisis moral además de económica, volcada en el consumo y en un bienestar que se asienta sobre la explotación de aquí y allá.

Miedo dan. Los guardianes de la España unida y podrida. Los que entienden que la democracia empieza y termina en sus siglas sin contenido. Miedo los que firman pactos para que todo cambie y todo siga igual. Que van a sustituir las diputaciones por otros entes que cumplirán las mismas funciones. Nos toman por imbéciles.

Sin pánico en Madrid

Que no cunda el pánico. Pedro Sánchez saldrá presidente o no. Más bien no. En el PSOE ya están «preparados para gobernar de nuevo», me dijo estos días un leonés en Madrid, que sabe de qué va el tema en Ferraz, con el argumento de que «en política todo es posible».

En Castilla y León está todo controlado. Y van a Madrid contarle. El hotel



EL MIEDO ES UNA
FÓRMULA DE ÉXITO. Y
NO SÓLO PARA LLENAR
UN RESTAURANTE CON
MANJARES E HISTORIAS
DE MIEDO EN TIEMPOS
DE CRISIS. PARA DOMAR
CONCIENCIAS

Palace vio nacer hace 30 años el documento que dio paso a la reconversión-liquidación del carbón. Ahora el Ritz sirve de escenario para lanzar a Antonio Silván, alcalde de León y procurador autonómico, como delfín de Herrera. Bajo la excusa de propagar las bondades de León, tierra prometida de las nuevas tecnologías, el turismo, la cultura y la buena gente.

Peregrino en San Isidoro

El futuro de León (o de su alcaldía) se decide en hoteles de lujo. No se espera menos para gente de alcurnia, herederos y herederas del viejo reino. Los hoteles, los museos y los hospitales son los templos (y los mercados) del siglo XXI. Testigos del ir y venir de la globalización y de la fe en la ciencia para alargar la vida. Codiciados continentes para políticos, proveedores, contratistas e inversores.

El alcalde se puso de largo en Madrid y cerró la semana en León laureado como peregrino, al ser nombrado presidente de la Asociación de Municipios del Camino de Santiago en el hotel Colegiata de San Isidoro. Silván se adapta a todos los escenarios. La Asociación de Amigos del Camino de Santiago de León lleva meses de espera para hablarle del potencial económico de las rutas jacobas.

Made in León

León, ¿qué? Todo es mercadotecnia, eslóganes y marcas. Hecho en León es la nueva campaña de la Diputación provincial para promocionar los productos industriales fuera de la provincia de la misma manera que la marca Productos de León.

Las instituciones van por detrás de la realidad. Pero bueno es que empiecen a sacar pecho de la tierra, del Camino, de las cosas buenas que se hacen en León. El lema «Hecho en León. Hecho con amor» lo creó una diseñadora leonesa hace dos años. María Teresa Morán sigue luchando. Sin miedo.



ANDRÉS ABERASTURI

VA A SER QUE NO

Mira que nos gusta poner el apellido «histórico» a las cosas: acuerdos históricos, pactos históricos, documentos históricos. Fíjense cómo será la cosa, que usted teclea en San Google «paso histórico» y en 0,47 segundo aparecen un millón seiscientos mil resultados. Es verdad que la Historia es larga y está llena de pasos, pero cada vez más esto se va pareciendo a los «partidos del siglo» en el fútbol: cada semana tenemos un par de ellos. Nada que ver con aquella videncia de la que llegó a ser ministra del Reino de España, doña Leire Pajín cuando pidió al universo mundo que estuviera atento «al próximo acontecimiento históri-

co que se producirá en este planeta, la coincidencia en breve en ambos lados del Atlántico de Obama y Zapatero en la presidencia de la Unión Europea». A mí aquello me sobrecojió, la verdad, y, tan es así, que hice caso a la ministra y seguí atentísimo al encuentro en el tiempo y en el espacio de esos dos seres extraordinarios. Las conclusiones las dejo al buen criterio del lector.

Viene todo esto a cuento de la cantidad de momentos históricos que estamos viviendo estos días en España. Ciertamente que la entrada en la Historia de algunos de esos momentos no parece que vaya a tener mucho recorrido, pero ahí están, tan ufanos, Sánchez y Ribera con su plan a cuestas para salvar al país mientras desde su

izquierda y su derecha se les repite una y otra vez eso tan castizo de «va a ser que no». Y es una pena porque los ya famosos 66 folios, con retoques, podrían dar juego pero no parece que esa declaración de intenciones hecha pública y escenificada por los dos líderes con pompa y boato les vaya a durar una semana. Si es que desde dentro del propio PSOE, alguien que manda bastante, ya ha dicho que eso de suprimir las diputaciones, «va a ser que no».

Habrán elecciones porque los «va a ser que no» suman más votos en contra y volveremos a vernos en las urnas con muy parecidos resultados mientras las inversiones esperan o se retiran y la prima de riesgo sube y sube. Allá ellos y su responsabilidad.

VANESSA
CARREÑO

LÍDERES QUE SON PERSONAS

Los coaches nos suele llamar la atención la distinción que hacen algunas empresas entre coaching ejecutivo y coaching personal. Como si los líderes y los empresarios no fueran personas. Por supuesto que lo son. Y, de hecho, cualquier buen proceso de coaching ejecutivo requiere hablarle a la persona que se esconde detrás de la corbata. En sus cualidades, además, se puede apreciar cuáles apuntan a un buen liderazgo:

—Observador. Una persona capaz de conocer y reconocer a cada miembro de su equipo individualmente, desde identificar sus fortalezas y sus áreas de mejora hasta saber cuáles son sus expectativas o la relación de esa persona con la empresa.

—Con autoridad. Es decir, alguien a quien los demás respetan porque sabe exigir a sus hijos y a sus empleados con interés y cariño.

—Cercano. Una de esas personas que cuando te la encuentras por la calle se preocupa por ti y te escucha probablemente se comporte de la misma forma



con su equipo.

—Visionario, en los negocios y en la vida. Alguien que sabe a dónde se dirige y que reflexiona a menudo sobre lo que necesita para llegar allí, con la conciencia clara de que lo que haga hoy será decisivo para conseguirlo, o quedarse en el camino.

—Con osadía. Osado es alguien que se atreve, que se arriesga, que resuelve, que empuja y que salta el primero sin dudarlo ni un instante.

—Integro. En el sentido de dar ejemplo y de ser honesto, claro y transparente. Es consecuente con sus valores y de esa manera logra que los demás vean en él a un mentor y a un líder de su propia vida.

—Servicial. Sabe que no tiene más privilegios ni más poder que los demás, sólo más responsabilidad. Y, desde esa actitud, se pone al servicio del sistema —familiar o empresarial— para garantizar su buen funcionamiento.

—Generoso. De los que da antes de pedir, reconoce el trabajo bien hecho, trata a los demás de una forma justa y se disculpa cuando mete la pata.

Y, por si lo se lo pregunta, lo mismo que un líder puede aprender a serlo, la persona que se esconde detrás, también.