

Resumen ejecutivo #1

El fracaso como tabú y la obsesión del éxito.

Entre Ícaro y Dédalo: una lectura arquetipal.

Prólogo – El miedo al derrumbe

En el lenguaje del management contemporáneo, el éxito ha adquirido una textura casi religiosa. Se le rinde culto con la misma devoción con que antaño se ofrecían sacrificios a los dioses tutelares del destino. La empresa moderna se edifica sobre esa fe: crecer, superar, ganar. Sin embargo, bajo el brillo de esa consigna late una angustia silenciosa, una prohibición tácita: no fracasar. En los pasillos corporativos, el fracaso no se menciona, se disimula; es la Sombra que nadie desea ver reflejada en los cristales del éxito.

El fracaso se ha vuelto tabú porque amenaza el mito central de la organización: la ilusión de omnipotencia. Allí donde todo debe funcionar, fallar equivale a morir. El error no se tolera porque recuerda la finitud que el sistema busca negar. En términos simbólicos, el fracaso representa la irrupción de lo inconsciente en el orden de la productividad; en términos estructurales, marca el límite donde la planificación deja de contener la complejidad real. La empresa moderna, obsesionada con la visibilidad, teme los agujeros, los silencios, las grietas. Y sin embargo, es en esas grietas donde el sistema podría volver a respirar: donde lo reprimido —lo no dicho, lo no evaluado— puede transformarse en aprendizaje real.

Cada modelo de negocio, cada estrategia de crecimiento, lleva implícito un mito fundacional: la promesa de dominio sobre la incertidumbre. Pero esa promesa tiene un precio. Cuanto más se eleva el ideal de perfección, más insoportable se vuelve el contacto con lo imperfecto. La cultura del éxito se sostiene en la negación de la pérdida; por eso, cuando el fracaso irrumpe, no aparece como posibilidad de transformación, sino como catástrofe. Se lo exorciza con métricas, se lo racionaliza con informes, se lo traslada a otro departamento. Así, el sistema conserva su máscara de infalibilidad, pero pierde su capacidad de autoconocimiento, su lucidez operativa.

En el fondo, el fracaso es una forma de verdad. Es el momento en que la estructura se fisura y deja pasar una luz diferente. Lo que duele no es el hecho de fracasar, sino la caída de la imagen que se tenía de uno mismo o de la propia empresa. Por eso el fracaso hiere al narcisismo organizacional más que a sus resultados. Cuando un proyecto se derrumba, no sólo se pierden recursos: se desmorona un relato, se

disuelve un sentido compartido. Allí la organización se enfrenta con su propia fragilidad, con la distancia entre su discurso y su práctica.

El tabú del fracaso tiene, pues, una raíz mítica. En él resuena la antigua prohibición de mirar al abismo, de reconocer que todo éxito lleva en su interior la semilla de su caída. Jung diría que la cultura del éxito es una forma de inflación del yo: un intento de expandir la conciencia hasta abolir la Sombra. Pero el inconsciente —o, si se quiere, la complejidad no administrada— no se deja expulsar. Vuelve bajo la forma del error, del tropiezo, del proyecto que no llega. Vuelve para recordar que la totalidad de un sistema incluye tanto su expansión como su límite, que la organización viva se nutre tanto del ascenso como del descenso.

En el mundo corporativo, donde cada indicador mide crecimiento y rendimiento, admitir el fracaso equivale a confesar una falta moral. Por eso se lo maquilla con eufemismos —“aprendizaje”, “iteración”, “ajuste”— que buscan neutralizar su potencia simbólica y su impacto emocional. Sin embargo, lo que se reprime no desaparece: se convierte en destino. Una organización que no se permite fracasar se condena a repetir inconscientemente el mismo error bajo otras formas, porque no logra metabolizar la experiencia.

La obsesión del éxito impide reconocer que la vida —también la institucional— está hecha de ciclos. El crecimiento perpetuo no es natural; es una ficción sostenida por el miedo a la disolución. Todo sistema vivo necesita morir a ciertas formas para poder renacer a otras. Pero cuando la empresa se aferra a su imagen triunfante, bloquea ese movimiento profundo y se vuelve rígida, defensiva, incapaz de renovarse.

El fracaso, entonces, no es el enemigo del éxito, sino su contraparte estructural y simbólica. Representa la caída necesaria que devuelve a la conciencia su medida humana y a la organización su medida funcional. Allí donde la cultura corporativa exalta la superación constante, el pensamiento reflexivo reclama pausa, límite, humildad. Porque sólo quien ha descendido puede comprender el valor de la forma que emerge tras la pérdida.

El miedo al derrumbe no es otra cosa que el miedo a la transformación. Lo que el éxito promete —control, permanencia, seguridad— se revela como ilusión ante la experiencia del fracaso. Pero en esa fractura se abre la posibilidad de un conocimiento distinto: uno que no se basa en la omnipotencia, sino en la integración de los límites. Allí comienza el descenso que este *resumen* seguirá: la caída de Ícaro como metáfora de toda organización que, al querer volar demasiado alto, olvida la

fragilidad de sus alas y la necesidad de sostenerlas con la materia real de su propio aprendizaje.

Contenido del Resumen Ejecutivo #1

Prólogo – El miedo al derrumbe

El éxito como dogma silencioso del management contemporáneo. La empresa erige una imagen de omnipotencia que excluye toda grieta, y el fracaso queda relegado a la Sombra, no como dato operativo sino como verdad reprimida. Dimensión simbólica: el tabú del fracaso como defensa contra la conciencia del límite que amenaza al yo colectivo inflado.

Capítulo I – Ícaro y la caída luminosa

El vuelo ícarico como arquetipo del ascenso corporativo: la fascinación por la altura, la inflación del yo y el olvido de la materia que sostiene. La caída como revelación súbita del límite y como retorno a la gravedad que restituye medida al sistema.

Capítulo II – La empresa inflada

La expansión compulsiva y la euforia del rendimiento como signos de desconexión simbólica. La organización, identificada con su imagen de éxito, rehúye la Sombra institucional, externaliza sus errores y pierde la capacidad de metabolizar sus propias tensiones.

Capítulo III – El descenso como transformación

El fracaso asumido como pasaje iniciático. Cuando la empresa soporta su derrumbe sin negarlo, emerge una conciencia más sobria: el límite se vuelve orientación, la pérdida se transforma en sentido y la identidad se reconfigura desde la coherencia y no desde la imagen.

Epílogo – La sabiduría del límite

El límite como fuente de claridad. El fracaso integrado humaniza al sistema y lo libera del mito de la altura perpetua. Allí donde cesa la idolatría del éxito, la organización recupera su respiración profunda y su forma más verdadera.

Invitación – La Sombra como potencial (aún) no aprovechado.

Sigue leyendo debajo...

Apreciado lector, apreciada lectora:

Espero que el Prólogo haya satisfecho tus expectativas.

Si quieres leer el Resumen Ejecutivo completo, [descárgalo GRATIS haciendo clic aquí](#).

Gracias por tu tiempo,

Juan Brambilla Vega
contacto@cambiarescribiendo.com
www.cambiarescribiendo.com
Colección Jung para empresa
Primero conoce tu mente, lo demás es su reflejo.