

*Cuando una organización pierde el profundo sentido de su misión, sólo hace falta un soplo para que se venga abajo. Pero en las organizaciones, el alma no suele perderse de golpe, como lo demuestra el caso de los Templarios.*

## TEMPLARIOS, HOSPITALARIOS Y «BRANDING»...



**Javier Fernández Aguado**  
Socio Director de MindValue  
Miembro de Top Ten Management Spain

Suele afirmarse que los templarios desaparecieron como consecuencia de una coordinada operación policial organizada por Felipe el Hermoso de Francia en el 13 de septiembre de 1307, con el objetivo de hacerse con sus propiedades. Otros señalan más bien al 1312, cuando Clemente V firmó el documento de disolución. Algunos, en fin, mencionan 1314 como la fecha definitiva, pues el 18 de marzo de ese año, Jacques de Molay –sucesor del vigésimo segundo Gran Maestro, Theobald Gaudin–, fue quemado junto a Guy de Auvergne, Preceptor de la Normadía, otro de los principales dirigentes de la orden de monjes guerreros. Todos esos datos son sin duda ciertos.

En mi opinión, sin embargo, la fecha más precisa de defunción de esa organización fue el 1291. Baso mi afirmación en lo siguiente: los templarios habían surgido para proteger a los peregrinos de Europa Occidental que deseaban manifestar su fe viajando a Jerusalén. En el año mencionado, los templarios fueron desalojados de Acre, último símbolo relevante de la presencia cristiana en Tierra Santa. Algunos se mantuvieron algún tiempo más en la ciudad de Tortosa (hasta el 1300), pero incluso perdieron la isla de Ruad en el 1302. A partir de aquel momento, los templarios se tornaron, con sede central en Chipre, gestores del enorme patrimonio que habían generado desde el siglo XII.

Cuando la organización perdió el profundo sentido de su misión, sólo hacía falta un soplo para que aquella estructura tan arduamente labrada se viniera abajo. En las organizaciones, frente a lo que sucede con las personas, el

alma no suele perderse de golpe. Es claro también en el caso de los templarios: mientras las amenazas externas crecían, la discordia interna debilitaba al reino formado en torno a Jerusalén. Durante décadas, templarios y hospitalarios estuvieron enfrentados. La tensión alcanzó el nivel de guerra abierta: uno de los motivos para la lucha fratricida fue el conflicto de San Sabas. En 1251, venecianos y genoveses se disputaron la propiedad de edificaciones que pertenecían al monasterio de San Sabas, en Acre. Tras un lustro de pugnas legales, la resolución del caso continuaba lejana. En 1256, los genoveses atacaron el barrio veneciano de Acre. Felipe de Montfort, señor de Tiro, aprovechó el tumulto para expulsar a los venecianos, dueños de un tercio de la ciudad desde 1122. Templarios y teutónicos apoyaron a Venecia, hospitalarios y barones a Génova.

Con estos precedentes, la pérdida de Acre era cuestión de tiempo. Entre otros motivos, porque entonces, al igual que ahora, el mayor enemigo de una organización es siempre el fuego amigo. Cuando no hay sintonía interna, es imposible que puedan señalarse objetivos valiosos compartidos.

*El mayor enemigo de una organización es el fuego amigo, la falta de sintonía interna*

La violenta destrucción de los templarios provocó, con todo motivo, que los caballeros hospitalarios temieran ser los próximos... Para demostrar su efectividad, atacaron la isla de Rodas precisamente en 1307. Con la ayuda de los genoveses, a quienes siempre habían apoyado, dominaron la isla en menos de un trienio. Rodas, plenamente fortificada, pasó a ser parada de peregrinos. Controlaron pronto también los hospitalarios la isla de Cos y las ciudades costeras de Bodrum (Halicarnaso). Se ganaron a la opinión pública. ¡Lograron desarrollar un buen «branding» o imagen de marca! Comenzaron a llamarse caballeros de Rodas y fueron aclamados como defensores de la cristiandad en Oriente.

Entonces, como ahora, de la Ética se transitaba hacia la Estética; y de la Estética (Reputación Corporativa) hacia la Ética (Responsabilidad Social Corporativa). Sobre esta apasionante cuestión volveremos. □