



número de usuarios
conectados ahora: 160

Josep Burcet

Web de [Josep Burcet](http://burcet.net)

[contacto](#)

Buscar en burcet.net

Buscar



Lo que sí podemos arreglar entre todos

Josep Burcet © 2010

Capítulo 5 Paradigma de las Interacciones

Una economía más eficiente debería facilitar la prosperidad para todos, sin excepción. Y debería igualmente aumentar las ganas de vivir y lograr que la existencia tenga sentido para todo el mundo.

Pero en la economía que tenemos ahora, hay mucha gente no logra ganar más dinero, ni prosperar, ni dar sentido a su existencia. Realmente esta economía es deplorable en muchos aspectos y deberíamos desembarazarnos de ella cuanto antes.

En la convulsa situación actual, mucha gente sabe que sus ingresos continuarán estancados o que se verán amenazados en un futuro inquietante. Muchos ya se darían por satisfechos con tener la certeza de que podrán ir tirando y sobrevivir.

Sin embargo hay una salida si acertamos a modificar algunas de nuestras actitudes básicas. Lo malo es que modificar una actitud básica es muy difícil. Lo bueno es que entre todos podemos hacerlo.

Sesión de Francisco Rabadán Pérez
pacorabadan@pacorabadan.com

visitas: 1181

El papel de las actitudes en la configuración de la sociedad

Existen ciertas actitudes básicas que están muy extendidas y arraigadas en todo el tejido social. Su componente emocional y su manera de funcionar discreta y silenciosa les confiere una fuerza enorme a la hora de dar forma y contenido al comportamiento de la gente.

Lógicamente esta fuerza se manifiesta también en las instituciones sociales, porque esas actitudes básicas constituyen el ingrediente de fondo que las configura.

No es raro que encontremos su impronta en el discurso de los políticos, en las tácticas publicitarias, en los titulares de la prensa, en el contenido de las leyes y en los métodos empresariales. Nada escapa al influjo silencioso e invisible de su acción.

¿Cuáles son esas actitudes básicas? Por citar solo unas pocas, veamos esta lista:

- Actitudes relacionadas con las maneras de procurar ganar, de sacar provecho y de obtener beneficio.
- Actitudes relacionadas con el trabajo, la manera de entenderlo, la forma de realizarlo, y los criterios para valorarlo.
- Actitudes que influyen en la manera cómo se enfoca la atención colectiva y se moviliza la atención individual.
- Actitudes que influyen en la concepción de las utopías y las vías soñadas para llegar a ellas.

Todas estas actitudes son formaciones rocosas casi inexpugnables que las personas

experimentamos como la manifestación más genuina de lo que es lógico y de sentido común. Su acción discreta esculpe a diario lo que piensan y sienten miles de millones de personas, en todos los estratos sociales, desde los círculos de poder más altos hasta las capas más indigentes y desfavorecidas de la población.

En este artículo voy a analizar una de estas actitudes básicas, en la convicción de que se trata de la que es más importante en la configuración de la realidad social. Me refiero a la que tiene que ver con las maneras de procurar ganar, sacar provecho y obtener beneficio.

Lo quiero por la cara

El sueño de muchas personas es conseguir cosas gratis. De hecho, nadie sueña con la posibilidad de pagar por algo que se pueda tener de balde.

Si montamos una paradita en un lugar muy concurrido y ofrecemos al público el mismo producto en dos modalidades, una gratuita, en un lado, y otra de pago, en el otro, veremos que en el lado gratuito de la parada se formará inmediatamente una cola enorme, aunque el precio que se cobre en el otro lado sea completamente razonable y justo.

Hagamos ahora un pequeño juego de *sociología-ficción* y sigamos con la paradita en la que se ofrece el mismo producto en las dos modalidades, la gratuita y la de pago. Ahora frente a la opción de pago se ha formado una cola muy larga y casi nadie se acerca a la opción gratuita.

Un reportero está preguntando a la gente que se aglomera frente a la opción de pago por qué está haciendo cola, si en el otro lado de la parada se da gratis el mismo producto.

Acerquémonos a escuchar las respuestas. Son bastante parecidas. En resumen, lo que dice la gente es que "los que han hecho este producto han dedicado su tiempo, su ilusión y su inteligencia en producirlo y lógicamente es necesario que ganen dinero con su trabajo".

Hay bastantes que además dicen que ese producto les gusta mucho y que al pagar quieren asegurarse de que la gente que lo ha hecho siga haciendo cosas parecidas más adelante.

Hay uno que dice que pagar "es su manera de votar por lo que considera valioso". Como sea que no parece andar muy boyante, el reportero le indica que al otro lado de la parada se da exactamente lo mismo, pero gratis. El entrevistado responde que no dispone mucho dinero así que es muy importante para él usar el que tiene de la manera más sabia posible.

Esta escena no llamaría la atención en una sociedad que hubiera alcanzado un grado relativamente avanzado de economía simbiótica, pero volvamos a nuestra realidad cotidiana que no es otra que la de un mundo en donde las colas se forman frente a todo lo que es gratuito o que al menos se presenta como si lo fuera.

Hace años, mucho antes de que empezara Internet, recuerdo el caso de un adolescente que escribía a todos los anuncios de la prensa en los que se ofrecía algo gratis. Recibía contento gran cantidad de correspondencia, pero la verdad es que no hacía más que acumular objetos de calidad muy ordinaria, folletos y papeles de toda suerte que no le interesaban demasiado o que no le interesaban en absoluto.

En esto se parecía a las personas que actualmente acumulan música y películas que se bajan gratis de Internet en cantidades tan ingentes y de forma tan indiscriminada que no llegan a disfrutar de ellas. Es el mismo tipo de actitud que anima a los que se acercan a cualquier lugar en donde se ofrezcan cosas de una manera gratuita aunque sean cosas poco interesantes o inútiles.

La actitud que alimenta la atracción por todo lo que es gratis y por las gangas es en realidad una actitud egoísta en la que solo se tiene en cuenta el propio provecho inmediato y se pierde por completo de vista el interés de los demás y hasta el propio interés a medio y largo plazo. Con parecer un problema ético, lo peor es que se trata de algo poco práctico y poco eficiente:

- aquel que trabajó para hacer el producto no cobra lo que debiera
- el que se "beneficia" acumula cantidad de productos que no le sirven de gran cosa, pero se contenta y se justifica con aquello de que "a caballo regalado, no le mires el dentado"
- se refuerza la idea utópica y pueril de que en una sociedad ideal todo debería ser gratis y que la gratuidad es el camino para lograr la igualdad y el bienestar social. El fracaso estrepitoso de todos los "paraísos" comunistas son la prueba más fehaciente de que esa idea es solo una ilusión.
- se dificulta la construcción de la idea de que la economía debería ser simbiótica y, en consecuencia, debería considerarse indispensable que todas las partes que intervienen en una transacción salgan plenamente satisfechas y no únicamente satisfechas a

medias.

En las transacciones basadas en el esquema de la gratuidad, la satisfacción de todas las partes no es completa. Tanto por un lado o como por otro, la interacción carece del brío y del empuje que debiera poseer.

Conseguir mucho dando muy poco

Emparentada con la actitud de ir a por todo lo que es gratis, existe también la variante que consiste en intentar conseguir lo máximo posible a cambio de lo mínimo.

Desde el punto de vista convencional, esta pretensión parece una virtud. Y los que la practican con éxito, suelen pasar por ser buenos gestores y administradores.

Pero esto es como un pez que se muerde la cola. Porque estas prácticas, con resultar aparentemente beneficiosas de alguna forma y de inmediato, impiden salir de una economía de escasez.

No se trata solo de que muchas empresas traten de exprimir al máximo a sus proveedores, de que intenten sacar el máximo dinero posible a sus clientes, de que miren de pagar lo menos posible a sus trabajadores y de que procuren retenerlos ocupados con jornadas interminables.

El problema es que muchos proveedores, muchos clientes y más en general, un amplio sector de la población, hay muchos que también intentan hacer lo propio, siempre que se presenta la ocasión. ¿Cómo podemos esperar que de este tipo de comportamientos salga una economía fuerte y eficiente?

El origen remoto de estas actitudes

El pez gordo que se come al chico, lo mismo que el felino que se zampa a la gacela no se plantean dar nada a cambio por el alimento que obtienen. Lo que hacen es un acto puro y simple de predación.

La acción de comer se remonta a la noche de los tiempos. Y desde las formas de vida más antiguas que se conocen, durante cientos de millones de años, los seres vivos se han nutrido a base de hacer un estropicio letal entre los otros seres vivos que han terminado sus días convirtiéndose en pasto para los demás.

Éste es sin duda el mecanismo biológico más antiguo de todos. Y desde el principio empezó funcionando con la fórmula "te lo cojo todo absolutamente todo (la vida) a cambio de no darte absolutamente nada", más allá de un susto de muerte.

En el plano estrictamente biológico, la alimentación empezó con la fórmula de la predación y no es extraño que las actitudes asociadas a este impulso sean no solo las más antiguas sino también las que están más arraigadas de todas.

En las sociedades humanas actuales esta actitud ha permanecido viva aunque con el paso del tiempo han empezado a dulcificarse y cada vez hay más síntomas que muestran un cierto desplazamiento de la predación y del parasitismo hacia fórmulas incipientes de simbiosis.

Desde el famoso *homo hominis lupus* (el hombre es un lobo para el hombre) de Tito Marcio Plauto, pasando por Thomas Hobbes que consideró que el egoísmo es una característica básica del comportamiento humano, la actitud de intentar despojar a los otros de lo que poseen, por las buenas o por las malas, ha sido una constante que solo recientemente ha comenzado a atemperarse.

Sin embargo, como todos sabemos, pervive todavía de muchas maneras distintas y bajo múltiples modalidades:

- la corrupción y el parasitismo en las administraciones públicas,
- la voracidad de los monopolios,
- la falta de entrañas de muchas empresas,
- la picaresca, las estafas, los timos, los robos, los chantajes, los desfalcos, las usurpaciones,
- los pelotazos tipo "gripe A",
- la fascinación por todo lo que se puede obtener gratis o haciendo algún trapicheo más o menos inocente.

Ahora, en plena crisis del modelo de sociedad puede que haya llegado ya el momento de dar

el paso definitivo hacia una economía más simbiótica.



Algunos ya están empezando a comprender

En la lista de empresas más admiradas de 2010 según Fortune_(1) hay nombres como Apple, Google, Berkshire Hathaway, Johnson & Johnson o Amazon.com entre otras.

(1) <http://money.cnn.com/magazines/fortune/mostadmired/2010/index.html>

Hay-Group_(2) ha hecho un estudio de esas empresas y ha constatado que el nivel de compromiso de sus empleados es extraordinariamente alto. Han observado también cuales son los efectos de este nivel de compromiso. La lista no tiene desperdicio:

- impide que los empleados se marchen de la empresa en busca de mejores perspectivas,
- tiene un efecto beneficioso sobre el rendimiento en el trabajo,
- favorece el desarrollo positivo de la organización,
- influye en el grado de satisfacción de los clientes,
- aporta una ventaja frente a los competidores y afianza la posición de la empresa en el mercado,
- influye positivamente en la incorporación de nuevos empleados y pone a la empresa en posición de reclutar a los mejores,
- reduce el nivel interno de frustración,
- refuerza la lealtad de los empleados (en todas ellas, la lealtad ha aumentado al compararla con el nivel de lealtad que existía dos años antes),
- la capacidad de los empleados para generar acción y cambio es muy efectiva, lo que en momentos difíciles de transformaciones rápidas es de una gran importancia.

(2) <http://haygroup.com/ww/Press/Details.aspx?ID=24631>

Lo que sugieren las conclusiones del estudio de Hay-Group es que el alto nivel de compromiso de estos trabajadores refleja la ausencia relativa de las prácticas basadas en la fórmula de ir a obtener el máximo dando el mínimo. Está claro que en estas empresas están avanzando en la buena dirección y que en ellas impera el deseo de organizar las cosas de tal forma que todo el mundo experimente un grado relativamente alto de satisfacción.

No quiero decir que esas empresas constituyan un ejemplo perfecto de oasis simbiótico, porque les falta mucho aún, pero sí que representan la punta de lanza de un proceso que está en marcha.

El hecho de que mucha gente quisiera trabajar para ellos y que los que están dentro no se quieran ir indica que su situación destaca por comparación con lo que es todavía habitual en otras muchas empresas y organizaciones.

Lo que consiguen estas empresas admiradas no es fácil. No se trata únicamente de pagar mejor, de dirigir mejor, de satisfacer mejor a los clientes, de ofrecer mejores productos y servicios.

Por supuesto, todas esas cosas influyen positivamente. Pero la cuestión esencial es que todas esas características positivas son la consecuencia directa del abandono del "quiero obtener lo máximo dando lo mínimo" y se están acercando al esquema del gana-gana.

La parte del cerebro donde se asientan las actitudes básicas

Durante los últimos 20 años, el estudio del cerebro humano ha avanzado mucho. Esto se debe en gran medida a los nuevos aparatos que permiten observar la actividad del cerebro vivo en estado de funcionamiento_(3). Todos estos estudios han contribuido a comprender mejor las relaciones que existen entre la manera de funcionar del cerebro y las maneras de pensar, de sentir, de actuar y de percibir la realidad.

Como muestran David Rock y Jeffrey Schwartz en su artículo *The Neuroscience of Leadership*

(4), el conocimiento más reciente acerca de la manera de funcionar del cerebro pone en evidencia la razón por la cual muchos dirigentes fracasan en sus intentos de impulsar cambios en sus organizaciones.

Esos intentos fallidos pretenden cambiar actitudes y comportamientos pero lo intentan desde la ignorancia de cómo se desenvuelven en realidad los procesos cerebrales.

Las actitudes son muy persistentes porque proceden de los ganglios basales_(5) que constituyen una región del cerebro que gobierna los comportamientos habituales y desde donde se originan los pensamientos automáticos y los juicios de valor en los que no interviene reflexión alguna. Desempeñan su actividad sin apenas consumir energía, es decir, rápidamente y con poco esfuerzo.

(3) Imágenes por resonancia magnética funcional (fMRI), tomografía por emisión de positrones(PET), electroencefalografía cuantitativa ((QEEG).

(4) http://www.transilience.biz/resources/The_Neuroscience_of_Leadership.pdf

(5) http://es.wikipedia.org/wiki/Ganglios_basales

Cuando algo choca con lo que dictan los ganglios basales, la corteza prefrontal entra en tensión por desacuerdo con las expectativas y los anhelos. Al parecer esto produce una gran actividad cerebral que consume mucha energía. La sensación que se experimenta entonces es de malestar o desasosiego.

Cuando la razón nos dice que algo no encaja con nuestros esquemas más básicos, se activa una zona de la corteza frontal que está estrechamente conectada con la amígdala que es donde se experimenta el miedo y la ira.

Para entender mejor las dificultades que conlleva un cambio de actitud, lo que nos interesa poner de relieve es lo siguiente:

- Las actitudes son muy persistentes
- Las actitudes no se modifican con un razonamiento ocasional, aunque sea muy convincente.
- Las actitudes no se modifican con un acto de poder, como una orden o un decreto legislativo aunque se recurra a la amenaza y a las sanciones.
- Para cambiar una actitud es necesario repetir durante un período prologando de tiempo distintos y continuados episodios de confrontación de las nuevas evidencias o de las nuevas exigencias con las viejas creencias y actitudes, lo que implica un recorrido muy penoso, una transición llena de incomodidades, tensiones, miedos, incertidumbre y malestar.
- Si se llega a realizar todo el recorrido necesario, la corteza prefrontal deja de someter a escrutinio las nuevas actitudes y éstas empiezan a asentarse en los ganglios basales.
- Empieza entonces un período aún más problemático todavía durante el cual conviven las viejas actitudes de siempre con las recién llegadas. Durante esta fase, el conflicto ya no se establece entre la razón y la emoción, sino entre dos emociones, lo cual puede producir un estado de incomodidad aun más agudo, como aquel que acontece cuando uno desea y no desea la misma cosa, al mismo tiempo.
- Sólo cuando la nueva actitud se manifiesta con mucha más fuerza que la antigua se puede considerar que el cambio de actitud ha tenido lugar.

La larga marcha desde "lo quiero por la cara" hasta "deseo poder pagar por esto"

La construcción de una economía más simbiótica requiere recorrer todo el camino que media entre la actitud de querer gratis todo cuanto que sea posible, hasta la actitud de desear pagar el precio correcto por todo aquello que a cada uno le parece importante de verdad.

Si en lugar de predominar la actitud de ir a sacar el máximo provecho propio posible, predominara la actitud de ir a buscar el máximo beneficio mutuo posible, las economías romperían fácilmente la barrera de la escasez en muy poco tiempo.

Si esta barrera parece casi infranqueable es porque las actitudes que deberían cambiar no se modifican de la noche a la mañana y su transformación requiere un prolongado período de esfuerzo emocional.

Las actitudes no se cambian por decreto de la misma manera que no se puede conseguir que las personas piensen o sientan de otra manera que sea fundamentalmente distinta de la habitual por medio de la promulgación de una serie de leyes.

Si las actitudes no se pueden cambiar con actos de poder es ingenuo esperar que logremos salir del tipo de economía que tenemos a golpe de textos legales y de las políticas que prescriben las ideologías que se están utilizando actualmente.

Para conseguir el cambio de modelo de sociedad, cambiar a los políticos no va a servir de gran cosa. Deberíamos saberlo ya y probablemente en el fondo todos los sabemos, pero actuamos como si no lo supiéramos.

Así que la verdadera alternativa es conseguir que el cambio de actitud se ponga en marcha cuanto antes, siendo plenamente conscientes de que:

- esa modificación no se podrá obtener de inmediato,
- requerirá un empeño sostenido durante un largo período de tiempo y
- producirá toda suerte de disonancias cognitivas, o sea, sangre, sudor y lágrimas.

La entidad de obstáculo

Aunque no disponemos de ningún "termómetro" capaz de medir el estado actual de enraizamiento de la actitud "*lo quiero por la cara*", tenemos a nuestra disposición varias vías indirectas que nos informan de la magnitud del fenómeno.

Una de ellas, que es asequible para todos, es la observación de los argumentos que esgrime la publicidad. Hay infinidad de fórmulas que apelan directamente a esta actitud: los descuentos, los saldos, las rebajas y los argumentos basados en la promesa de que "te voy a dar mucho, por muy poco".



La locura de las rebajas

Todos recordamos las avalanchas de gente que se forman frente a los grandes almacenes el primer día de las rebajas. Todos estamos familiarizados con ese tipo de anuncios de coches que recurren a la estratagema de decir "*desde 11.990 €*" y a reglón seguido, "*hasta 250 CV de potencia*". Luego resulta que la versión de 11.990 € solo tiene un motor de 75 CV. Y que el modelo de 250 CV sale por 45.000 €. Pero de momento el redactor del anuncio ha puesto juntas ambas cifras, una al lado de otra, con la idea de pillar la atención de un posible comprador desprevenido.

La gente de marketing, los publicitarios y los vendedores son como el hombre que hablaba a los caballos, solo que sus susurros se dirigen directamente hacia los ganglios basales de los clientes potenciales, con el propósito deliberado de activar la idea de que "eso es una ganga o eso es una compra magnífica". El inconveniente que tiene es que logran que la gente les crea aun cuando el producto sea mediocre o las condiciones de compra sean excesivamente gravosas.

Es justamente por estos caminos por donde se alimenta la precariedad, la escasez, el consumismo descerebrado o la inflación.

En la época de los charlatanes, se practicaba la fórmula que combina el anuncio de un precio alto de entrada, para luego ir haciendo rebajas sucesivas.

Este ungüento de la sierpe que calma todos los males, vale 40 pero no lo voy a dar ni por 30, ni por 20, ni por 10. Lo vendo al precio increíble de 7,90 y además

y de regalo, ese magnífico peine de concha genuina, esta pulsera de alta bisutería fina y este frasco de jarabe del eminente doctor Swartms que calma la tos y cura los resfriados de inmediato.

Primero se hacen las rebajas y luego, para rematar la faena, se ofrecen varios productos "de regalo", todo de una sola tacada. El lote es muy malo, las baratijas que se ofrecen no valen ni la cuarta parte y además no sirven para nada. La apariencia de "te doy mucho por muy poco" es en realidad un "te doy muy poco por mucho", que es aquello de dar gato por liebre. Este tipo de "negocios" no crean valor y son los responsables directos de nuestra ineficiencia económica.



Los regalos siempre molan

Pero el esquema se sigue usando con éxito, a juzgar por la frecuencia con que los bancos dicen que no cobran comisiones al tiempo que te prometen condiciones ventajosas y te ofrecen toda suerte de regalos si abres una cuenta o domicilias una nómina.

Y mientras tanto, regularmente anuncian a bombo y platillo y sin ningún pudor unos beneficios siderales.

Y no parece irles del todo mal a la vista de las jubilaciones que se asignan los ejecutivos de más altos vuelos y las indemnizaciones a sus directivos_(6) . Debemos suponer que estas compensaciones y extras se justifican por los servicios prestados en retribución de su gestión. Pero lo más chocante del asunto es que esa gestión estuvo más cerca de la especulación que de la creación de valor nuevo y de la administración acertada.

(6) [Las indemnizaciones de los directivos del BBVA](http://www.waytomba.com/Noticia.asp?Noticia=6061)
<http://www.waytomba.com/Noticia.asp?Noticia=6061>

Eso es al menos lo que parece a la vista de los rescates descomunales que los gobiernos han tenido que aportar para enjuagar los agujeros producidos por una gestión temeraria, codiciosa e imprudente.

El caso de los intermediarios financieros ofrece una ilustración más de las disfunciones que producen las actitudes actuales que gobiernan el deseo de buscar provecho y ponen en evidencia que son erróneas.

En resumen, la idea del regalo, del descuento y la rebaja funciona de maravilla para vender cualquier cosa, lo que indica que la actitud de desear obtener mucho dando poco goza de muy buena salud entre sectores muy amplios de población.

Pero hasta que no logremos que esta actitud cambie y se reemplace por la actitud de buscar un beneficio recíproco real, no habrá economía simbiótica ni verdadero cambio de modelo de sociedad, por muchas leyes que se hagan, por mucho que echemos a los políticos de turno, por mucho que la justicia persiga y castigue los comportamientos ilegales.

Mientras los argumentos de ventas y los eslóganes electorales se basen en el engaño, en promesas que luego se incumplen_(7), en las verdades a medias y en la seducción, no habrá transacciones ni arreglos realmente satisfactorios que aporten más valor nuevo.

(7) Por ejemplo, la promesa de Felipe Gonzalez en 1982 de crear 800.000 puestos de trabajo en 4 años y en el año 1986 se había destruido 800.000. Ver http://es.wikiquote.org/wiki/Felipe_González

Ya va siendo hora de que dejemos de echar la culpa a las ideologías (capitalismo, comunismo, socialismo) a las teorías económicas (keynesianismo, neoliberalismo) o a las prácticas sociales

(consumismo).

De nada sirve aliviarse criticando a los políticos de un signo o de otro, a los banqueros, a las multinacionales o a los oscuros círculos que supuestamente manejan los hilos del mundo desde las sombras.

El verdadero problema lo llevamos dentro cada uno de nosotros y reside en nuestros ganglios basales. Así que el baldeo debe empezar por ahí.

Quienes quieran de verdad un cambio y se sientan con ánimos, ya no tienen la excusa de decir que los que mandan lo hacen mal y seguir luego tranquilamente con sus actitudes de siempre.

Si queremos ese cambio, lo que debemos hacer es empezar a modificar nuestras propias actitudes básicas, que eso es algo que depende de nosotros mismos y que está en nuestras propias manos. Nadie más puede hacerlo. Nadie más va a hacerlo por ti.

Anatomía de la actitud básica que conduce a la simbiosis

El cambio de actitudes básicas respecto de las maneras de procurar ganar, de sacar provecho y de obtener beneficio consiste fundamentalmente en tres cosas:

- desarrollar el deseo de retribuir el trabajo de los demás,
- lograr que los demás estén deseando poder retribuir el trabajo que cada uno realiza,
- que el trabajo produzca cosas realmente útiles y valiosas tanto para los otros como para uno mismo.

Como se ve, es algo más que resignarse a pagar por lo que a uno le interesa. Implica también desarrollar defensas frente a los cantos de sirena de aquellos que nos quieren colocar productos y servicios a toda costa y con todo tipo de estratagemas.

En realidad se trata de desarrollar una actitud vivamente sentida por poder contribuir efectivamente al desarrollo de todo lo que nos importa de verdad.

Y por lo que afecta a cada uno, no se trata de lograr que a uno le paguen, sino conseguir que los demás experimenten ganas de poder pagar. En otras palabras, que los demás experimenten una emoción viva y grata cuando nos retribuyen.

Para conseguir este efecto son necesarias dos cosas. La primera se puede intentar de inmediato y consiste en acallar la actitud que nos lleva a estar contentos cuando arañamos alguna ventajilla y reemplazarla por la actitud de estar contentos cuando podemos "votar" con dinero por algo que tiene un precio correcto y que nos parece fundamental. Como hacía el señor de nuestra historia de sociología-ficción, nos conviene utilizar el dinero que controlamos de la manera más sabia y responsable posible, en función de lo que es realmente valioso.

El segundo requisito primordial no es inmediatamente realizable. Se trata de llegar a hacer cosas que resulten muy útiles y muy deseables para un gran número de personas.

La mayor parte de los trabajos que existen actualmente no permiten satisfacer tanto a tanta gente. Pero los trabajos irán modificándose y evolucionarán hacia esa dirección. Lo que cada uno puede hacer de inmediato es dar los primeros pasos y prepararse para estar en condiciones de ser muy útil para mucha gente en el futuro.

Si en el pasado las fortunas se hacían robando o esquilmando a mucha gente, en el futuro las fortunas se hacen beneficiando y haciendo felices a muchísimas personas.

Esta es la transición que toca hacer ahora y todos estamos llamados a participar en ella.

Estamos al final del ciclo en el que se suponía que tenemos derechos por la cara, por el mero hecho de nacer_. (8)

(8) Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos (Artículo 1 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos). Ver <http://www.un.org/es/documents/udhr/>

Ahora hay que hacerse a la idea de tenerlos porque nos los ganamos y los merecemos. Y para aquellos que no puedan ganarlos, deberemos seguir asistiéndolos con fuerza redoblada pero procurando que con nuestra ayuda no se acomoden sino que les estimule para que un día ellos también puedan contribuir ampliamente al bienestar de los demás.

Resumen

Toda transformación social conlleva la necesidad de modificar un cierto número de actitudes básicas.

En términos neurocientíficos diríamos que necesitamos reprogramar a fondo nuestros ganglios basales.

Y si tuviéramos que explicarlo con una analogía informática, diríamos que debemos cambiar el sistema operativo que regula en el cerebro nuestros comportamientos, deseos y pensamientos más automáticos. O más simplemente, que necesitamos cambiar de chip.

Acabamos de entrar en una época tan turbulenta y acelerada que la modificación de nuestras pautas más básicas deberá hacerse de una manera ininterrumpida y sin descanso.

Ya no se trata de cambiar unos esquemas por otros, sino disponerse a cambiar de esquemas continuamente y cada vez más a menudo. Así que nos conviene hacernos a la idea y empezar aprender cómo se hace cuanto antes.

En este artículo he tratado de las actitudes básicas relacionadas con las maneras de procurar ganar, de sacar provecho y de obtener beneficio que son las que proceden de un pasado biológico más lejano, las que tenemos más arraigadas. Debemos comprender que esas actitudes básicas son las que nos impiden acceder a formas de actividad económica más eficientes.

Espero poder tratar sobre la modificación de otras actitudes básicas en los próximos capítulos del Paradigma de las Interacciones, para poder completar todo el marco conceptual.

Por el momento, propongo al lector unas primeras conclusiones y le invito a que manifieste su opinión sobre ellas.

Conclusiones

1

Es necesario empezar a cambiar algunas de nuestras creencias y actitudes básicas debido a la aceleración de los cambios y a la aparición de conocimiento nuevo

Opina sobre estas conclusiones (opcional)

- 100 Totalmente de acuerdo
- 85 Muy de acuerdo
- 70 Bastante de acuerdo
- 60 Algo de acuerdo
- 50 Intermedio
- 40 Algo en desacuerdo
- 30 Bastante en desacuerdo
- 15 Muy en desacuerdo
- 0 Totalmente en desacuerdo

2

Debemos pasar de la actitud básica de *pretender obtener mucho con poco*, a la actitud básica de *buscar el beneficio mútuo*.

- 100 Totalmente de acuerdo
- 85 Muy de acuerdo
- 70 Bastante de acuerdo
- 60 Algo de acuerdo
- 50 Intermedio
- 40 Algo en desacuerdo
- 30 Bastante en desacuerdo
- 15 Muy en desacuerdo
- 0 Totalmente en desacuerdo

3

Las actitudes básicas no se pueden modificar con leyes ni órdenes, aunque contengan amenazas de sanciones.

- 100 Totalmente de acuerdo
- 85 Muy de acuerdo
- 70 Bastante de acuerdo
- 60 Algo de acuerdo
- 50 Intermedio
- 40 Algo en desacuerdo

Lo único que hacen las amenazas es inhibir

Lo único que hacen las amenazas es inhibir comportamientos o estimular la búsqueda de trampas para eludirlos. Los castigos no transforman las actitudes más arraigadas en el cerebro.

- 30 Bastante en desacuerdo
- 15 Muy en desacuerdo
- 0 Totalmente en desacuerdo

4

Para superar la crisis del modelo de sociedad es más útil lograr una transformación de las maneras de pensar que aumentar el rigor de las leyes y las regulaciones.

- 100 Totalmente de acuerdo
- 85 Muy de acuerdo
- 70 Bastante de acuerdo
- 60 Algo de acuerdo
- 50 Intermedio
- 40 Algo en desacuerdo
- 30 Bastante en desacuerdo
- 15 Muy en desacuerdo
- 0 Totalmente en desacuerdo

5

Los gobiernos podrían ayudar y abstenerse de estorbar, pero esta transformación debe protagonizarla toda la población.

- 100 Totalmente de acuerdo
- 85 Muy de acuerdo
- 70 Bastante de acuerdo
- 60 Algo de acuerdo
- 50 Intermedio
- 40 Algo en desacuerdo
- 30 Bastante en desacuerdo
- 15 Muy en desacuerdo
- 0 Totalmente en desacuerdo

Puedes utilizar este espacio para comentar, opinar, hacer propuestas o sugerencias (máximo 2000 caracteres)

Algunos de estos comentarios pueden ser seleccionados para ser publicados en esta web. ¿Autorizas esta publicación?

- Sí, con mi nombre,
- Sí, sin mi nombre,
- No

Enviar

Sesión de Francisco Rabadán Pérez
pacorabadan@pacorabadan.com

¿Deseas hacer una contribución voluntaria por la lectura del artículo?

Elige la cantidad que te apetece donar


 Donar 1 €


 Donar 2 €


 Donar 4 €


 Donar 6 €

Donación por PayPal: rápido, gratis y seguro (150 millones de usuarios)

Este artículo forma parte de la serie
 Paradigma de las Interacciones

[Ir a la página de índice del Paradigma](#)

Recomienda el artículo



[Recomienda el Capítulo 5 del Paradigma de las Interacciones a un/a amigo/a](#)

Para ser avisado sobre posibles talleres



Si hay suficientes interesados propondré un taller en Barcelona y/o Madrid para analizar posibles líneas de trabajo e intervención sobre los temas tratados en este artículo.

Si deseas ser informado sobre la convocatoria de estos talleres, pincha una de las siguientes opciones:

[Taller en Madrid](#)

[Taller en Barcelona](#)

[Taller en Madrid o Barcelona indistintamente](#)

| [Página de inicio de las web de Josep Burcet](#) |