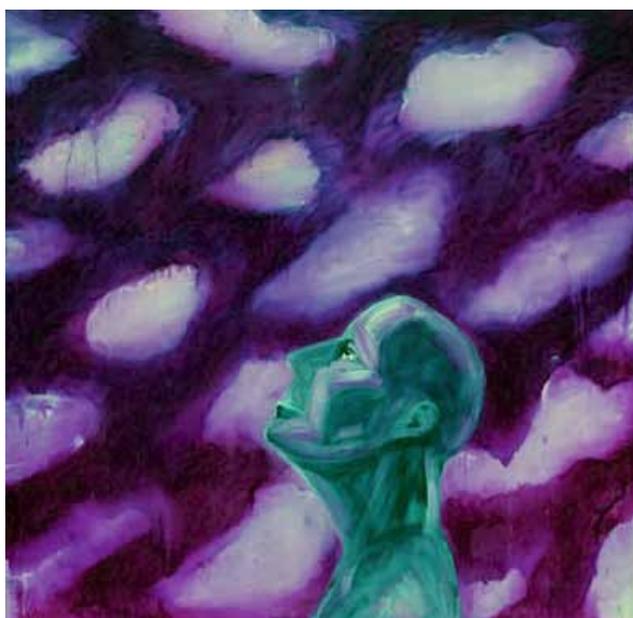


Del Vacío al Consumismo

Por Horacio Marchand



“El aburrimiento discutiblemente es el mal de este siglo; es la peste moderna y lo que probablemente nos avienta a los excesos en intentos estériles por compensar esta vaga y perturbadora sensación.”

El esclavo es un sujeto del siglo 21 que anda por el mundo viviendo una vida que él no diseñó. Su rutina y su estructuración de tiempo más bien parecen un programa o software que irremediablemente se desdobra y se ejecuta a través del tiempo, completamente fuera de su conciencia.

Esto genera alteraciones e impacta diferentes aspectos de nuestra vida, y que van desde la salud, la toma de decisiones y el comportamiento del consumidor. El vacío existencial no puede reprimirse y ahogarse porque tiene vida propia, por lo que hay que atenderlo, escucharlo, observarlo en acción.

El Esclavo

 Es que el **esclavo** es un insumo del sistema que lo creó, que lo educó, que lo instruyó en el "deber ser", que lo distrajo de su vocación para acomodarlo donde mejor le convenía, que le apagó su fuego personal para fusionarlo a la maquinaria colectiva.

El esclavo del siglo 21 trabaja 50 semanas del año para descansar 2, se empeña 50 años para retirarse y "hacer lo que quiera", aunque muchos al retirarse, como los árboles viejos, se secan y mueren.

Por supuesto que la disciplina no lo convierte en esclavo, ni tener un trabajo estable en una empresa ni tampoco la falta de diversidad en su vida. Los

agentes esclavizantes son más bien la falta de conciencia, el miedo a la duda, la ausencia de introspección y reflexión, la vida automática que se protege en el dogma, dando como resultado una evaporación de la pasión.

Y le llamo esclavitud porque no hay peores cadenas que las que son invisibles.

Por eso algunos defensivamente niegan la esclavitud arguyendo que "estoy muy bien", "tengo el trabajo perfecto". Y si este fuera el caso, excelente y felicidades. Creo que hay mucha gente que vive en plenitud, pero también creo que abunda la negación y la represión, por lo que la energía tiene que salir por algún lado.

El aburrimiento discutiblemente es el mal de este siglo; es la peste moderna y lo que probablemente nos avienta a los excesos en intentos estériles por compensar esta vaga y perturbadora sensación, algunas cifras:

- 🔍 **World Health Organization (WHO):** son 121 millones de personas en el mundo que tienen depresión; en el 2000 un millón de personas cometieron suicidio; y el alcohol causa 1.8 millones de muertes (3.2% del total), al año.
- 🔍 El valor anual del comercio en drogas: 324 mil millones de dólares, más que el PIB del 90 por ciento de los países.
- 🔍 La industria de videojuegos: 20 mil millones de dólares; Ars Technica estima 68 mil millones en el 2012.
- 🔍 La industria de pornografía: 14 mil millones de dólares (F. Rich, NYT).

Psicólogos y sociólogos del mundo levantan la voz de alerta porque sus consultas tienen predominantemente un factor: el aburrimiento.

 **D. Riesman** arguye que la persona en la actualidad busca "encajar" en el sistema y vive perpetuamente ajustándose a lo que el mundo espera de ella, perdiendo toda motivación.

 Esto cuadra con lo que decía **Nietzsche**: "Nuestras acciones y decisiones pueden provenir de la parte fuerte y la potencia creativa, que quiere manifestarse, o pueden venir de la parte ansiosa y débil, que quiere la aceptación convencional".

 **R. May**, uno de los primeros psicólogos existencialistas, narra la anécdota de un chofer de camiones urbanos en Nueva York que un buen día decide conducir el camión hasta Florida porque "estaba aburrido de la misma ruta y decidí conocer Florida". Los neoyorquinos, seguramente proyectando sus propias frustraciones, convirtieron al chofer en celebridad.

De un chofer me paso a **Bill Gates**, que dando un discurso a graduados de preparatoria comenta: "Antes de que tú nacieras, tus padres no eran tan aburridos como lo son ahora. Se hicieron así ganando dinero para pagar tus cuentas".

En México un V.P. de Recursos Humanos me confesó que uno de sus principales problemas organizacionales es la falta de pasión e involucramiento de su gente.

Y hace poco, un ejecutivo exitoso, de aquellos que dices "parece tenerlo todo", fue hospitalizado por "estrés acumulado" o cansancio crónico.

¿A dónde nos lleva esto? No pretendo tener la respuesta, pero considero que el primer paso es la reflexión y el enfrentamiento con aquello que es lo más duro de enfrentar: a uno mismo.

 Hay que volver a pensar en términos de vocación, **vocatio** en latín, que significa llamado o voz; en la intuición, de **intuare** en latín, que significa mirar hacia adentro; en el entusiasmo,

de **theos** en griego, que significa estar lleno de Dios; en **flow**, que es cuando hay un "match", o balance, entre la capacidad de un individuo y el tipo de reto que tiene frente, como lo define **Csikszentmihalyi**.

La antítesis del esclavo es el héroe.

Los **griegos** definían a un héroe como aquella persona que en una acción rebelde y auténtica rompe con la maldición; en este acto se libera a ella misma y, de pasada, al resto de nosotros.

¿Y qué pasa si renuncias a ti mismo?

¿Si no te conectas con tu esencia, si no te detienes a reflexionar, si no te enfrentas a ti mismo?

Algunos arguyen que la energía acumulada se va contra ti mismo en la forma de alguna enfermedad psicosomática o en la forma de complejos severos de personalidad.

Horacio Marchand Flores

(horacio@horaciomarchand.com).-

Tiene estudios de Doctorado en Psicología Profunda y Estudios Mitológicos de Pacifica Graduate Institute en Santa Barbara California, cuenta con un Master en Negocios (MBA) con enfoque en Marketing de University of Texas at Austin, es Lic. en Administración de Empresas del ITESM Campus Monterrey. Tiene experiencia como emprendedor, como directivo en corporativos, así como académico de Marketing e Innovación en la Escuela Adolfo Ibáñez en Miami, EUA y en la EGADE en Monterrey, Mex. Publicó el libro Hipermarketing, Ed Océano en el 2004 y más de 500 artículos en revistas, periódicos y portales.

Es consultor en Estrategia, Marketing e Innovación y entre sus clientes se enlistan compañías globales de diversos giros.

www.horaciomarchand.com

El "otro yo" es un ser impredecible que vive dentro de nosotros, que aflora de las maneras más extrañas y en los momentos menos esperados.

Tenemos partes en nuestra personalidad que son ciegas, desconocidas, subconscientes o automáticas, o como se les quiera llamar, y que concursan e incluso determinan nuestras decisiones; mucho más de lo que les habíamos dado crédito.

Mi Otro Yo

¿Que le pasó a **Madoff**?

¿Qué necesidad de cometer un fraude de 50 mil millones de dólares, si aparentemente lo tenía todo?

¿Cómo un hombre millonario, respetado en círculos financieros y sociales del mundo, ex presidente de la Bolsa de Valores **NASDAQ**, con una estable vida familiar, pudo haber despojado a tanta gente de sus ahorros?

Son cada vez más evidentes las instancias de personas que tienen una doble vida; donde por un lado son empresarios ejemplares, líderes exitosos o personas "normales" y por otro cometen actos incomprensibles, como si cargaran una sombra que parece controlarlos.

Y esto no es exclusivo del mundo de los negocios: vemos también cómo **líderes religiosos**, idolatrados, se envuelven en actos de pederastia o abuso psicológico; cómo líderes **políticos** envían a miles de jóvenes a pelear guerras caprichosas; cómo un

hombre, que sus vecinos describían como tranquilo y hogareño, es capaz de secuestrar a su propia hija por décadas, abusar de ella sexualmente e incluso concebir hijos; cómo una abnegada **ama de casa** ahoga en la bañera a sus cuatro hijos.

Y no es que estos actos escalofriantes sean nuevos, lo que resalto es que gente que a la vista "sería incapaz de hacerlo", ya sea por su personalidad o por su profesión, resulta que delinque de manera compulsiva, como si estuviera "poseída".

 Lo más fácil es echarle la culpa al **diablo**, que pareciera es un agente que subcontratamos para asignarle toda nuestra parte oscura, primitiva, degenerada o perversa, porque ilusamente creemos que somos unidimensionales y que estamos configurados sólo con ingredientes "buenos".

Lo más difícil es enfrentarnos a nosotros mismos y entender que hay virtudes y vicios dentro de cada uno de nosotros, que somos buenos y malos, que somos luz y sombra; todo simultáneamente.

Si negamos esta condición y la reprimimos por completo, ya sea por dogma, creencia, ignorancia o simplemente porque nos sentimos moralmente superiores, corremos el riesgo que termine por controlarnos.

¿Acaso tenemos alguna otra entidad o energía que vive dentro de nosotros y nos controla?

¿Acaso no nos conocemos lo suficiente?

Pareciera que no.

Tenemos partes en nuestra personalidad que son ciegas, desconocidas, subconscientes o automáticas, o como se les quiera llamar, y que a través de diversos estudios, en particular la **neurociencia**, se ha comprobado que concursan e incluso determinan nuestras decisiones; mucho más de lo que les

habíamos dado crédito.

 Tenemos “tres tipos de cerebros” -por lo menos tres, me atrevería a decir yo- conforme lo propone el neurólogo **Paul MacLean**: el cerebro reptiliano, que compartimos con los lagartos; el cerebro límbico, que nos asemeja al resto de los reptiles y a los mamíferos; y el cerebro cortical, que ya se desarrolla en algunos mamíferos pero que alcanza su máximo exponente en el ser humano; estos tres niveles pueden ser fácilmente apreciados en la secuencia del desarrollo cerebral en el feto.

 El cerebro más primitivo, el **reptiliano**, nos entronca con nuestras raíces y se encarga de automatizar nuestras respuestas y de marcar nuestro territorio.

 El **cerebro límbico** controla lo relacionado con nuestros afectos, lo visceral, nuestras motivaciones y se relaciona directamente con la agresividad, el alimento, el apareamiento y la autodefensa.

 El **cerebro cortical**, el cerebro superior, nos distingue del resto de los animales y es, hasta ahora, la culminación de la evolución. Está dividido en dos hemisferios y a su vez en lóbulos: los **lóbulos temporales** se ocupan del lenguaje y la audición, y es también donde parece alojarse la memoria; los **lóbulos occipitales** son los encargados de la vista; los **lóbulos parietales** son los que rigen nuestros sentidos.

En los **lóbulos frontales** es donde se aloja lo que denominamos “inteligencia”. Aquí es donde predominantemente se planean y se deciden nuestras estrategias, donde pensamos lo que debemos o no hacer y cómo hacerlo.

Naturalmente que falta la dimensión **simbólica, metafísica y existencial**, pero basta con decir que no somos remotamente uni-dimensionales.

El "otro yo" es un ser impredecible que vive dentro de nosotros, que aflora de las maneras más extrañas y en los momentos menos esperados. Lo podemos ver cuando nos enojamos tan intensamente que nos sorprende, o cuando sobre-reaccionamos, negativa o positivamente, a estímulos ordinarios.

El corolario psicológico del "otro yo" -más allá de las posibles razones orgánicas o médicas que pudieran existir- dice que entre mayor la represión y el rechazo del total de nuestras características, tanto buenas o malas, o la falta de integración de las mismas, en ese grado potencialmente pudiéramos dar el bandazo hacia lo inesperado.

Los planes de estudio de las **Universidades** contemporáneas, y la sociedad en general, ponen poco esfuerzo en formar personas integrales y con conocimientos humanistas en función de que conciben al mundo bajo el enmarque de la **Ilustración**, el **método científico**, el **capital** y las **economías de escala**.

Ejecutivos y empresarios estudiamos carreras de negocios y salimos expertos en finanzas, leyes, marketing, sistemas de información, etcétera, pero en la primera crisis personal, en los primeros síntomas de una depresión, angustia o confusión existencial nos encontramos lisiados emocionalmente.

Somos el equivalente a analfabetas emocionales y no sabemos qué hacer, cómo manejarlo, a quién acudir. Y entonces terminamos por hacer mucho más de lo que ya sabemos hacer: trabajar, reprimir y trabajar.

En este sentido el trabajo es la excusa predilecta, el escondite/camuflaje, la justificación perfecta. Con esto, lejos de conocer los mecanismos de defensa -y otros fenómenos psicológicos- y enfrentarlos, discutirlos y sacarles provecho (porque son mensajes y energías poderosas), éstos son reforzados y

el círculo vicioso se alimenta.

Esto resulta por no ser sostenible y viene el famoso *breakdown*, el *burnout*, el *sumernage* o como simplemente lo describe la gente del campo "andaba presionado, hasta que tronó".

- 🔍 Es importante el desarrollo personal, no sólo el profesional.
- 🔍 Es importante la vida interior, no sólo la exterior.
- 🔍 Es importante el espíritu (o como cada quién opte por llamarle), no sólo la materia.

Mientras la ciencia avanza y la tecnología y el capital se convierten en supremos, pareciera que vamos perdiendo nuestra dimensión humana y seguimos subestimando nuestra configuración psicológica, quizá por su condición abstracta, quizá como mecanismo de defensa.

Entre el gran cuerpo de estudios e ideas sobre la complejidad del humano, me permito presentar algunas.

🗨️ La **Sombra: Jung** la definió como la parte del subconsciente que acumula lo que el psique reprime; aquello que no le gusta al ego, por ejemplo, instintos agresivos, sexuales, envidia, etcétera. En la sombra también radica aquella parte de la personalidad que el individuo no desarrolla ni explora.

Y están los **complejos** que Jung describió como aquellos que: "intervienen con las intenciones y la voluntad del individuo, afectan el desempeño, aparecen y desaparecen según sus propias leyes; pueden provocar obsesiones, influir en el habla y en las acciones; todo de manera inconsciente. En resumen: los complejos se comportan como seres independientes".

Y todos tenemos un grado u otro de sombra y

complejos; es imposible no tenerlos. Y lo divertido, y lo peligroso, es que por naturaleza no estamos conscientes de ellos.

Uno de los más grandes descubrimientos de principios del Siglo 20 fue la existencia del **subconsciente**; de esa parte clave dentro de nosotros, y fuera de nuestra consciencia, que al parecer influye dramáticamente en las decisiones.

🗨️ **Freud** argumentaba que el subconsciente se manifiesta en nuestros sueños, en nuestros errores, en actos tanto grandiosos, como de auto-sabotaje, así como en acciones que ni siquiera imaginábamos éramos posibles de realizar.

🔍 Los **mecanismos de defensa** freudianos son las operaciones que conforman un patrón de conducta protectorio contra aquello que genera ansiedad, culpa o algún otro sentimiento desagradable.

🔍 La **represión** se encarga de rechazar, inconscientemente, algún deseo o pulsión manteniéndolo fuera del consciente.

🔍 La **negación** ocurre cuando lo reprimido "brot" a nivel de la conciencia a través de un señalamiento, o de un evento, y la persona lo niega, como diciendo: "Esto no es mío, ¿cómo crees que soy capaz de esto?".

🔍 La **racionalización** quiere mantener ocultas las verdaderas motivaciones a base de explicaciones, frecuentemente a posteriori; todo lo trunca a base de "lógica".

🔍 La **proyección**, discutiblemente el más visible de los mecanismos, consiste en que el material reprimido se observa fuera de uno mismo y se le atribuye a otras entidades. Las cosas y personas objeto de la proyección en realidad funcionan como un espejo que muestra partes de nosotros que no hemos integrado.

Una proyección se puede detectar cuando algo te genera una emoción intensa, tanto de odio como de fascinación absoluta.

 **Von Franz**, prolífica escritora y discípula de Jung, señala que en muchas culturas, desde antaño, a las proyecciones se les asemeja a proyectiles que se "avientan" a personas que capturan nuestra proyección.

En **Latinoamérica** y en **Grecia**, por ejemplo, es común hablar de que alguien causó "mal de ojo", que alguien fue objeto de una maldición, o que conviene le hagan una "barrida" para sacudirse las malas vibras.

Dos de las manifestaciones de la proyección son: los chivos expiatorios y las ovejas negras.

 Los **chivos expiatorios** son personas "target", o grupos, que les "aventamos" nuestra propia sombra e incluso llegamos a sacrificar para purgar y limpiar nuestras culpas y defectos.

De repente se ofrece que alguien cargue con la sombra colectiva, o la tribal, como si fuera un depositario de los defectos o deseos no aceptados además de representar a todo aquello que no desarrolla el grupo.

El chivo, o la oveja negra, se convierten en objeto de ataque constante para eventualmente ser expulsados del grupo.

Algunas otras instancias de chivos:

En lo **familiar** – Es el caso donde hay una oveja negra que todo mundo habla de él, o de ella, que es constantemente criticado, señalado, excluido. Frecuentemente se le compara con el "bueno" de la familia, con el obediente, serio y formal.

En las comidas del domingo se utiliza su tema como material de sobremesa. "Qué mal, ¿verdad?", pero el mensaje implícito es que

"nosotros", que somos el grupo, somos buenos, decentes y puros.

Al señalar, proyectar y depositar la sombra allá, resolvemos artificialmente el tener que enfrentarnos a nosotros mismos y protegemos al grupo. Por eso el chivo, o la oveja, son de una utilidad enorme.

Si el chivo de la familia se harta y se aleja para nunca volver a tener contacto, la familia tiene en sus manos una crisis que resolver, tiene que conseguirse alguien nuevo de quien hablar mal, que sirva de depositario de esa dimensión que no quieren integrar.

En lo **social** – El ejemplo extremo es el fundamentalismo, por ejemplo el religioso, desde la inquisición hasta la simple exclusión de los "no creyentes", o la guerra, del antisemitismo hasta las acusaciones constantes de bandos, como contra el fundamentalismo musulmán o el imperialismo norteamericano.

Cuando a **Hitler** le propusieron que eliminara de golpe a todos los judíos dijo que, de hacerlo, tendría que buscarse a otro blanco de odio porque "nada unifica a la gente como odiar a lo mismo".

En lo **político** – Es fascinante observar cómo a presidentes y líderes de naciones se les idolatra y en la primera de cambios, cuando las cosas no salen, se les desprecia. Los presidentes grises de México pasan desapercibidos tras su fin de periodo; mientras que a los presidentes activos, con iniciativas, se les admira para luego odiarlos culpándolos de manera desproporcionada y sumaria a través del fenómeno de proyección activado. De idealizados pasan a ser condenados.

Más ejemplos: **Winston Churchill**, que tras derrotar al nazismo pierde las elecciones en Inglaterra; Temístocles, que tras salvar a Atenas de la invasión persa en Salamis lo destierran con el sistema ateniense de ostracismo. El caso de **Obama** es un

caso interesante que hay que seguir de cerca.

 **Von Franz** comenta sobre las ovejas negras y chivos expiatorios que: "probablemente son provocados porque es la propia sombra la que atrae a las proyecciones negativas de otros. Cuando la energía de la sombra se libera, "toma posesión" de la persona, y somete al ego, es forzada a un rol colectivo. Tan pronto la persona se separa del grupo, todo regresa a la normalidad".

Lo paradójico entonces es que cuando se contempla a un chivo o se critica a una oveja es como contemplarse a uno mismo y auto-criticarse. Ambos son procesos clave que deben comprenderse para el desarrollo individual, grupal, organizacional y social.

 Para **Paul Whelan**, de la Universidad de Wisconsin, "la mayoría de lo que hacemos diariamente es inconsciente; la vida sería un caos si todo estuviera ahí al frente de nuestra consciencia".

 Otro investigador, **Daniel M. Wegner**, asegura que nuestro 5 por ciento que es consciente suele pasársela explicando, retrospectivamente y con una ilusión de racionalidad, lo que el otro 95 por ciento ya hizo. Incluso llega a cuestionar el llamado libre albedrío que es tan venerado.

 **Johari** lo explica de una manera más sencilla y divide al psique en cuatro cuadrantes: la parte consciente: yo sé de mí, tú sabes de mí; la parte privada: yo sé de mí, tú no sabes de mí; la parte ciega: yo no sé de mí, tú sí sabes de mí; y la inconsciente: ni tú ni yo sabemos de mí.

 Y hay otros más: Alfred **Adler** se enfoca en la compensación y la búsqueda de poder; Viktor **Frankl**, en la búsqueda de sentido existencial; Albert **Ellis** lo visualiza como un discurso interno y personal que acaba por convencernos; Fritz **Pearls** como procesos carga-

dos de "apertura y cierre", de ansiedad, movimiento y resolución.

Cada uno de ellos, entre muchos otros, ha hecho su propuesta pero el humano sigue siendo complejo y en buena medida indescifrable en lo individual, pero curiosamente parecido en lo general.

Regresando a **Madoff**, teóricos y prácticos de la salud mental corren a diagnosticar la razón de su conducta y la más favorecida por el momento es la de sociópata.

 Un **sociópata** es una persona cuyas conductas son antisociales y demuestra una ausencia de responsabilidad moral. Esta persona está interesada solamente en sus propias necesidades y deseos, sin preocuparse de las consecuencias que sus conductas puedan tener sobre otros.

En el ámbito de negocios pareciera que abundan las patologías, aquí algunos otros ejemplos de la sociedad más capitalista del mundo (aunque ocurren en todos lados):

 **Dennis Kozlowski**, de Tyco Internacional, sentenciado a prisión; **Michael Milken**, de la desaparecida Drexel Burnham Lambert, encarcelado; quiebra Arthur Andersen y se condena a **Frank Quattrone**; Enron pasa de modelo de gestión de negocios a uno de gestión criminal.

Explicar las causas de por qué les sale "el otro yo" a los líderes es complicado y debe tener muchas vertientes adicionales como: materialismo extremo, traumas y complejos personales, falta de espiritualidad, errores de gestión y así sucesivamente.

Y basta con leer los diarios del mundo para seguirnos sorprendiendo. No importa la cultura, el país, el ámbito, la disciplina, la edad de los sujetos o el género; todos los días, en lo insignificante y en lo trascendental, siguen apareciendo conductas desconcertantes de personas que "era imposible

que lo hicieran”.

Por lo pronto, me quedo con ese dicho popular que dice:

Si algo es demasiado bueno para ser verdad, probablemente no lo sea.

Sólo espero que esto no me haga cínico.

Al mismo tiempo me quedo atento para detectar conductas anómalas e inesperadas, incluyendo las propias.

Existen otras formas de lidiar con la negación personal. Una de las favoritas de estos tiempos es el consumismo, producto natural y consecuente del capitalismo.

“No puedo pensar en nada, excepto en el nuevo objeto de mi pasión”.

Jean-Jacques Rousseau

“La condición humana está compuesta de inconstancia, aburrimiento y ansiedad”.

Blaise Pascal

Ese Gran Vacío

Existencialismo y el Marketing de Síntomas

 Los mercadólogos no creamos necesidades, simplemente aspiramos a llenar las que ya están ahí; y esto es una misión imposible.

Es que la persona, en su condición de humanidad, tiene que experimentar vacíos y estar incompleta e insatisfecha crónicamente. Tan pronto tenemos algo ya queremos algo nuevo; tan pronto se llena un espacio, otro queda vacío; tan pronto llegamos, queremos ir más lejos.

Este vacío se ha querido explicar desde varias perspectivas evolucionistas, psicológicas, sociológicas o existencialistas, pero en ningún otro lado se hace más evidente que en los síntomas, o para ser más preciso, en las consecuencias y conductas de consumo que provoca.

El intento por llenar este vacío es lo que, en buena medida, nos hace ambiciosos, ilusionados, enfocados; y todo esto está bien.

Pero cuando la ambición se convierte en obsesión, cuando el querer es tan fugaz que pierde valor, cuando la inmediatez elimina la satisfacción, cuando en el afán desmedido por llenarnos acabamos más vacíos; entonces hemos perdido la batalla de nuestra propia voluntad y hemos terminado atrapados en una recurrencia adictiva que no nos deja reflexionar ni cuestionar.

 Este vacío genera por lo menos tres tipos de experiencias: ansiedad, relacionada a no saber qué pasará ni cuándo; ambivalencia, simultaneidad de valores y fuerzas en contradicción; ambigüedad, entidades y eventos que son varias cosas al mismo tiempo.

Estas 3 A's tienen frente a sí diversos grupos de personas:

Está el primer grupo que ni se desgasta pensando en un concepto como el de las 3 A's, que son felices y tienen su vida resuelta. En apariencia todo lo tienen bajo control y gozan de plenitud.

Está el segundo grupo que reconoce la tensión y la tolera o, mejor aún, la gestiona porque intuitivamente sabe que la frustración genera crecimiento, porque aprecia el fruto de la contradicción de fuerzas, porque le da para desarrollar los recursos personales y poder lidiar con el siguiente conjunto de retos.

Está el tercer grupo que no lo tolera y/o que se siente rebasado, diferente, alienado. Este grupo se siente perdido sin la certidumbre y sin las respuestas binarias; no acepta el misterio ni el vacío como condición de vida sino como algo que les pasa sólo a ellos y que debe ser corregido a como dé lugar.

En esta lucha individual y solitaria, este último grupo termina por sumergirse en alguno de los siguientes síntomas, características o conductas:

- 🔍 Materialismo
- 🔍 Fundamentalismo
- 🔍 Narcisismo
- 🔍 Experiencias Extrema
- 🔍 Hedonismo
- 🔍 Fuga por Entretenimiento

Quizá la mayoría de nosotros estamos en un grado o en otro, en un momento o en otro, desplazándonos entre los seis. Lo relevante es evaluar el valor de escape que representan cuando los incorporamos y nos fusionamos totalmente en ellos.

Es que al fusionarnos y perdernos en un síntoma nos hacemos propensos a caer en la adicción, o en la militancia fanatizada, y quedamos temporalmente librados de la responsabilidad de cargar con nosotros mismos; en el mismo grado de la dilución de nuestro Ser parecieran estar resueltas la ansiedad, la angustia, la ambivalencia.

Empezaré por adentrarme en el materialismo para posteriormente cubrir el resto de las conductas excesivas.

Materialismo

El **materialismo** quizá sea la más fácil de reconocer en función de lo que llamo el **Síndrome del Pino de Navidad**: como niños nos la pasamos desenvolviendo regalos y tan pronto abrimos el primero, buscamos eufóricos el siguiente. El que ya abrimos, ya pasó: lo vimos, lo tocamos, lo estrenamos, y el que sigue, rápido por favor. Lo abrimos y el que sigue; lo abrimos y el que sigue. *¿Se acabaron? Es que yo quería más, es que yo quería uno mejor, es que yo quería el azul, es que yo quería uno como el de mi hermanito, buuuuaahh.*

Queremos un auto pequeño, luego uno mediano, luego uno grandote, luego uno de carreras y así sucesivamente. Primero un teléfono celular barato y básico, luego uno con cámara, luego uno con video, luego uno con todo, fluorescente y así sucesivamente.

 Todos hemos experimentado el desear y

trabajar afanosamente para algo y cuando finalmente lo obtenemos ocurre que ya no es tan grande, ni tan maravilloso como creíamos. La transformación personal a través de la adquisición de bienes materiales rara vez llega; terminado el ciclo de deseo-procuro-obtengo, nos encontramos igual, como al principio.

Narcisismo

El vacío según Narciso.

Yo, mi, me, conmigo. El nombre de Narciso tiene un origen **mitológico** y la historia cuenta que era un joven hermosísimo ensimismado en su belleza que un día, al mirar su reflejo en el agua, se enamoró de su propia imagen.

Extrapolando el término, el narcisismo se relaciona a la conducta de mirar sólo a uno mismo sin tomar en cuenta los demás. Se trata de individuos que, en el fondo, se tienen en escasa consideración y que buscan constantemente admiración y atención. Explotan a sus semejantes para aumentar su importancia y satisfacer sus deseos sin tener en cuenta las necesidades de los demás.

En otro sentido más psicológico, buscan una forma de compensar la imperfección y la carencia que viene desde la infancia. Tienden a desarrollar fantasías irreales de poder, dinero, éxito, belleza o amor ideal.

En la necesidad de salvaguardar su imagen, el narcisista se preocupa no sólo del aspecto exterior, sino también de no mandar mensajes de debilidad y fragilidad. Se muestra seguro de sí mismo, unas veces arrogante y otras reservado, pero en realidad está obsesionado por la crítica de los demás y por la aprobación social.

 Esta persona está atrapada en la apariencia y en la reputación. Libra una batalla silenciosa, y muchas veces sin darse cuenta, donde su visión, su conducta, su posición existencial, están

determinadas por los demás; esto eventualmente le resulta agotador, estéril y frustrante.

Existe en el narcisista una inagotable sed de admiración y adulación, lo que lo incapacita para poder reflexionar, pensar, accionar. Vive más preocupado por su drama personal y el reconocimiento de su persona, que en la eficacia y utilidad de sus acciones.

En esta obsesión y compulsión narcisista se vacían de ellos mismos y buscan llenarse de diferentes aspectos materiales, de una imagen prefabricada, de prolongación de juventud y perfección, de aires de grandeza y en algunos casos megalomanía.

Respecto a sus patrones de consumo, si les da por la apariencia física, suelen ser clientes asiduos de gimnasios, *spas*, clínicas de rejuvenecimiento, cremas, sustancias para bajar de peso y pueden sorprender con diversos cortes de pelo, pupilentes de colores, ropa extravagante; si les da por el lado de su valía personal, pueden ser víctimas de vendedores astutos que les encuentran el modo, desde **astrólogos**, **estilistas**, *coaches* personales, hasta los aduladores de profesión que les sacan favores a cambio de los constantes piropos; en relación al trabajo se rodean de gente de menos capacidad y presencia, para que no los opaquen, y se pueden pasar una vida entera quejándose de que “no encuentran gente”.

Centrado en el ego, el narcisista ya no tiene energía para centrarse en el Ser y por eso consume, interminablemente, vehículos de ego; pero siempre habrá algo mejor que prometa llenar el hueco o que por lo menos el llenado no sea tan fugaz.

 Como el narcisista no puede usar medios eficaces para reestablecer la representación auténtica de sí mismo, acaba por buscar modos de sostener imágenes que lo saquen de su estado de

confusión.

Tres exuberantes palacios y cuarenta mil hermosas bailarinas totalmente dispuestas; esto fue lo que ordenó el rey para su hijo, el príncipe **Guatama**.

Es que desde su nacimiento a **Guatama Sakyamuni** le profetizaron que sería un emperador del mundo o un **Buda**. Su padre -sesgado por convertirlo en emperador- decidió que lo mejor era que se quedara en el palacio real rodeado de belleza y placeres para que “le gustara la buena vida” y mantenerlo alejado de las inquietudes que genera el mundo real.

Durante una buena temporada el joven príncipe dio rienda suelta a sus impulsos hasta que un día, aburrido y agotado, decidió salir del palacio a pasear por el parque.

Ahí se topó con un anciano descompuesto por la edad, de aspecto cadavérico, con el pelo canoso y despeinado. **Guatama**, hasta entonces aislado de toda gente vieja y pobre, estaba en *shock* y le preguntó a su sirviente “quien es ese pobre hombre, por qué es tan feo, qué le pasa a su cuerpo?”. Antes de que le dieran la respuesta, en medio de un ataque de angustia, regresó al palacio y se encerró en su habitación.

“Qué le pasa a mi hijo?” preguntó el rey. Y le explicaron que había visto a un hombre viejo en la calle. El padre reaccionó enviando por las bailarinas y ordenó música, vino, manjares, diciendo: “si lo rodeamos de placer, dejará de pensar en eso”. Pero fue en vano.

El príncipe siguió saliendo a la calle y todos los días se topaba con miseria, miedos, angustias, enfermedad, injusticia, hambre. Un día decidió dejar su reino y buscar la iluminación personal lo que eventualmente lo convirtió en el Buda original. Lo paradójico es que justamente la abundancia de placeres, lejos de retenerlo en el palacio, fue de los catalizadores que lo alejaron.

Es que desde milenios confundimos el placer con la felicidad y esto puede ser desorientador.

Para muchos ejecutivos y profesionistas la idea predominante de felicidad son unas vacaciones de dos semanas en la **playa**: nada como estar tirado en el camastro percibiendo el olor a mar, untado de aceite bronceador, bebiendo piña colada y fumando un puro caribeño. Pero esto sólo ocurre en las **vacaciones**, es decir, un 5% del año de “felicidad”, a cambio de un 95% del año de trabajo.

Hedonismo



El **Hedonismo** se centra en que la vida sólo adquiere sentido a través del placer.



Epicuro de Samos (341-270 AC) es aclamado como el filósofo campeón del hedonismo porque basada en la búsqueda del placer y la supresión del dolor como objetivo o razón de ser de la vida. Estudiosos de la materia aseguran que la filosofía epicúrea está sobre-simplificada y frecuentemente mal interpretada; pero el caso es con él se constituye la primera teoría coherente del placer con base existencialista.

Los miles de años transcurridos desde **Epicúreo** si acaso han ayudado para incrementar la confusión y ésta *radica en que no puede solucionarse una complejidad sistemática y de largo plazo con un elemento sensorial, momentáneo y de corto plazo.*



El placer, por su misma naturaleza, es fugaz, situacional, por evento. Por eso no termina y la búsqueda de placer migra de una cosa a otra, de una búsqueda a otra, de una obtención a otra.

Y es en esta búsqueda de indulgencias que obtenemos el permiso y la distracción para fugarnos de nosotros mismos. Ante la duda existencial, la búsqueda de propósito, la auto-confrontación personal, mejor optamos por buscar y experimentar, hasta la adicción, el placer; es la fuga perfecta.

Por eso el **Hedonista** se la pasa compulsivamente consumiendo vehículos de placer que lo “hacen feliz” y, cada vez que lo hace, aunque se diga a sí mismo que el sacrificio para obtenerlo vale la pena, al cabo de un tiempo el vacío ahí está y siga como antes.

El placer es personal y subjetivo pero en general se pueden perfilar ciertos comportamientos como el comer grandes cantidades de dulces, sal, grasa (ligado a la ansiedad); consumir enervantes y bebidas alcohólicas; no hacer ejercicio; vacacionar hedónicamente; buscar sensualidad, desde masajes hasta promiscuidad; gratificar a los sentidos en todas sus dimensiones.

Los argumentos en contra del **Hedonismo** se centran en la satisfacción de vida, que no necesariamente implica placer. La satisfacción se relaciona a un estado más o menos permanente donde la persona siente una combinación de calma, logro, aplomo, y no está dominado por la ansiedad, la ambivalencia o la ambigüedad, aunque los experimente, ya que de manera natural acompañan a la vida y los que no pueden vivir en esa tensión acaban por gravitar sintomáticamente hacia al exceso.

Fundamentalismo

A diferencia del **materialista** que consume bienes y servicios, del **narcisista** que consume vehículos de vanidad, del **hedonista** que consume placer; el **fundamentalista** se aboca a consumir ideales, creencias, pasiones, movimientos.



El **fundamentalista** convertido en fanático es, sin duda, el mercado meta principal del **marketing político** porque se convierte en la palanca y en la plataforma de lanzamiento; un puñado de fundamentalistas activos tiene el potencial de mover a toda una masa pasiva.

Pero el fundamentalismo tiene su lado oscuro ya que rara vez es materia prima para el desarrollo y

el crecimiento; más bien paraliza. Históricamente, el respeto o la aceptación a formas heredadas y tradiciones han suprimido la innovación y el descubrimiento. Este principio aplica a los continentes, a los países, a las compañías, a las familias y a los individuos.

Es que una vez que algo, lo que sea, se establece y se instala, se convierte en “lo anterior”, en lo que “siempre se ha hecho” y queda activado un proceso limitativo y potencialmente castrante que invita a la **entropía** y, en la peor de sus manifestaciones, al **fundamentalismo**.

Sin entrar en detalle, el término *fundamentalismo* surge a principios del siglo XX en los Estados Unidos y tuvo que ver con aspectos religiosos. De ahí se ha extendido la denominación a otros movimientos recientes de casi todas las religiones y movimientos del globo.



En el concepto amplio, los fundamentalistas son de todos los tipos y aplica a aquellos que obsesivamente abrazan una causa, una creencia, un líder, un movimiento; como si optaran por fusionarse con el objeto de su obsesión a costa de su individualidad.

Un ejemplo: en el año 529 D.C. el emperador **Justiniano** ordenó la clausura de diferentes escuelas paganas en **Atenas**. En este acto se condenaba a la desaparición, por más de 700 años, a las ideas de **Aristóteles**, **Hipócrates**, **Galeno**, **Euclideo**, **Arquímedes**, entre otros.

Es a partir de este momento que la humanidad empieza a caer en la polarización, quedando subordinada la **Ciencia** y, para el caso, cualquier otra cosa, a la **Fe** y a la salvación. En pleno **Oscurantismo** se exacerban las guerras santas, prejuicios, asesinatos.

Fue hasta 1143 en **Toledo**, bajo **Ramón de Sauvetat**, que un grupo de traductores afanosamente se encargó de difundir los escritos de pensadores

griegos y romanos. Y ese esfuerzo germinal tardó otros 3 siglos para florecer y culminar con el **Renacimiento** (el “volver a nacer” de los clásicos).



Joseph Campbell, experto en mitología y religiones comparadas, hacía una referencia a lo que está escrito en los Salmos (14:1; 53:1): “el tonto dice en su corazón: no hay un Dios”; sin embargo, asevera **Campbell**, hay otro tipo de tonto, el que dice: “No hay un Dios, excepto el mío”.

En la paradoja humana, quizá estemos entrando, con el Siglo 21, a una era con tintes fundamentalistas dominada ahora por la **Ciencia**. También hay fundamentalistas de la **Ciencia**; de los que no creen en nada que no pueda ser visto ni tocado y perdieron su capacidad de imaginación.

Ya sea la ciencia o la fe, una religión o la otra, un líder u otro, una idea u otra, el fundamentalista prefiere el anonimato racional y aleatorio en lugar de la búsqueda personal y al conflicto que esta búsqueda necesariamente conlleva.

Un fundamentalista está a un paso de ser un fanático, y viceversa. Y el fanático no piensa. Quiere secretamente morir por su causa, para dejar de cargar con él mismo.



Eric Hoffer, sociólogo de principios de siglo, decía: “Allá en el fondo del psiquis predomina la frustración personal y un sentido de vacío, por lo que el fanático se aferra a algo externo que promete cambiar al mundo, porque el mundo actual está equivocado y es culpable de que él sea un fracasado”.



El **Fundamentalismo** entonces constituye la cuarta manera sintomática y contemporánea para lidiar con el vacío existencial y la constante lucha contra la angustia, la ambigüedad y la ambivalencia, que son parte esencial de la vida

y están implícitas en la condición de ser humanos. Cuando no se tiene la fuerza o el deseo de lidiar con la tensión de fuerzas, es fácil caer en el extremo del síntoma.

Experiencia Extrema

 Más. Ahora. Otra vez. Así describe **Elizabeth Wurtzel** a su incontrolable tentación a drogarse, a la sensualidad demoníaca de la intoxicación, al efecto de la embriaguez sensorial y la breve experiencia de plenitud.

Wurtzel detalla cómo el deseo por las drogas la rebasaba en todo, de cómo se humillaba y se denigraba para conseguirlas; de cómo pasaba de una sensación de invulnerabilidad a una de miseria, de pérdida, de vacío.

Consumía todo lo que le inyectara directamente a su sistema nervioso y, cuando no podía adquirir las drogas fuertes, se conformaba con medicamentos tradicionales y los ingería en exceso y de manera combinada.

Cuando sentía que estaba a punto de recuperar el control sobre su vida llegaba el monstruo de la adicción y reiniciaba el ciclo evasivo de *high-low-high-low*. Y esta evasión le funcionaba de maravilla porque, mientras estuviera en la crisis de la adicción, se auto-justificaba y no enfrentaba los verdaderos temas de su vida.

Wurtzel también menciona en su libro la búsqueda en vano por encontrar un principio/guía que la orientara. Y en cierta forma eso es lo que todos buscamos por diferentes caminos y medios.

 Andamos en busca de una verdad que nos enseñe a vivir, que defina nuestra tarea y nos provea de sentido, que nos de certeza de dónde estamos y defina nuestros roles hacia el futuro.

Pero ese principio, si acaso llega, lo hace disfrazado, en fragmentos, a destiempo; aparece

súbitamente en eventos y situaciones y frecuentemente fuera de nuestra conciencia.

 Frente a la ausencia de certidumbre y respuestas binarias, lo que nos queda es la tensión permanente de lo que **Hollis** llama las 3 A's: ansiedad, ambivalencia y ambigüedad. Es en la manera de cómo lidiamos con ellas que depende la propensión a ser dominados por los síntomas, así como por las conductas de consumo que les son inherentes.

 Se podría decir que vivimos una **Economía de Síntomas**.

Un abrumador porcentaje de nuestra economía, trillones de dólares, tiene que ver con esquemas materialistas, narcisistas, hedonistas, fundamentalistas (temas cubiertos en columnas anteriores) y también con la búsqueda de experiencias extremas.

A éste último grupo les llamo los **Expex** (experimentadores de experiencias extremas) y son adictos a las emociones intensas.

Aquiles (nombre ficticio) es un **Expex**. Aunque no llega a polarizarse como Wurtzel, él mismo se autodenomina el hombre de los extremos; no puede moderarse; como si tuviera una manda o una pulsión para precipitar las cosas y estirarlas.

Estar en paz, relajado, instalado, le provocan a **Aquiles** una confusión existencial abrumadora porque no quiere hacer introspección ni enfrentarse a el mismo, la tensión le parece insostenible. De ahí que opte, consciente o inconscientemente, por la crisis situacional porque le permite fugarse de la crisis permanente.

Resulta difícil entender a los **Expex** porque incluso pueden llegar a arriesgar su vida como si tuvieran lo que Freud llamaría un “deseo de muerte”.

 Este tipo de personas se nutren del

conflicto y las emociones desgarradoras; todo lo que no les provee de sensaciones exageradas las aburre y recurrentemente buscan, o se las inventan, dosis intensas de estimulación y, eventualmente, pastillas o alcohol para relajar la ansiedad.

En su forma más sana a los Expex les da por los deportes extremos, desde el *bungee jump* hasta volar, escalar montañas, etc. En su forma más nociva los Expex involucran drogas, alcohol, sexo inseguro, se meten sin razón en problemas, conducen a altas velocidades, apuestan, etc.

Es que enfrentar y lidiar con el peligro, el drama, el desgaste físico, el riesgo, acaba por ser preferible a no sentir nada o a sentir confusión; pocas cosas les hace sentir mejor que el torrente de energía efímera y la “prendida” vertiginosa.

 Otra interpretación de los Expex puede venir de la tesis de **Eric Berne**, psiquiatra, escritor, comunicador, quien estableció hace varias décadas lo que llamó **Strokes**, traducido al castellano como Caricias, y que se definen como unidades de reconocimiento.

Las caricias positivas son, por ejemplo, si te llaman por tu nombre, te miran a los ojos o te sonríen. También son caricias positivas los abrazos, las caricias físicas, los piropos.

Por otro lado, las caricias negativas son igualmente unidades de reconocimiento y aparecen cuando te agreden verbal, emocional o psicológicamente.

Berne sustentaba que ante la ausencia de caricias positivas la gente inconscientemente se procura de caricias negativas, aunque la lleven hacia la autodestrucción.

Y esto me hizo recordar a la canción de Trigo Limpio: *rómpeme, mátame... pero no me ignores vida mía...prefiero que tú me mates que morirme día a día (con tu indiferencia).*

Fuga por Entretenimiento

¿Problemas? ¿Un día pesado? ¿Confundido? ¿Indeciso?

*Fácil. Saca las cervezas, ponte frente al televisor y mira, bebe; si quieres, come. Al ingerir por la boca y por los ojos te conectas a otra dimensión, a la de **fuga por entretenimiento**.*

Todos tenemos actores, actrices y directores de **cine** favoritos, y típicamente son los que nos proveen de experiencias intensas porque tienen la habilidad de hacernos *creíble* lo que estamos viendo; de vivir lo que miramos.

Lo mismo ocurre con los **video-juegos**: si te sientes retado y envuelto en un drama que percibes como real, que te mantiene al borde, que te corta la respiración, que te seduce y provoca, entonces estás frente a una experiencia y no a una reproducción de video plana y estéril.

Y naturalmente que también está el exceso:

¿Todavía no te relajas? Más. Mira. Bebe. Come. Lo puedes hacer hasta que te quedes dormido; que te arrulle el televisor y que la historia ajena te aleje de la tuya. A base de “videazos”, entre imágenes y alcohol, tu problema seguramente se desvanecerá aunque sea por un tiempo; se pospondrá nuevamente y sentirás que “la libraste” otro día más.

Cada minuto de video es como una dosis de anestesia emocional. El problema es que con cada sesión de anestesia y con cada evasión, la ansiedad, la angustia y la ansiedad se hacen más fuertes, más necias, más recurrentes.

Nada como prender la televisión para apagar el cerebro; se enciende uno y se apaga el otro.

El tiempo que estamos ahí enchufados a la pantalla

es como aferrarse y prevenirse de algo; en lugar de experimentar, miramos; en lugar de aprender, dejamos que nos enseñen; en lugar de explorar conclusiones, nos las proveen; en lugar de hacer introspección, analizamos las vidas de otros.

 El hábito contemporáneo de consumir video ha llevado a **Giovanni Sartori** a llamarnos *homo videns*; ya no somos *homo sapiens*, ahora somos *videns*, virtuales, *voyeuristas*, espías.

 Es que al mirar otras narrativas, consciente o inconscientemente, resolvemos y hacemos corridas personales; cambiamos los supuestos, como un análisis de sensibilidad, como si fueran proyecciones financieras de **Valor Presente Neto**, como si se tratara de un Excel que modificas variables para ver cómo cambian los montos.

Y te dices: “Si yo fuera él ¿Me hubiera regresado por la muchacha o por el dinero? ¿Le perdonaría la vida al desgraciado?, ¿Me iría a la guerra o mejor me escondía? ¿Lo hubiera enfrentado de esa manera o de otra”.

 Es como ensayarnos a través de las historias. El científico cognitivo **William Calvin** afirma que los humanos adquirimos la habilidad de formular planes a través de los cuentos que escuchamos *cuando niños*, ya que nos imaginamos cursos de acción y sus efectos, y en función de eso decidimos si tomamos o no determinado curso de acción.

Una buena historia define relaciones e interdependencias, una secuencia de eventos, causa y efecto, y nos ayuda a establecer prioridades que refuercen el curso de acción deseado. **Calvin** asegura en que todos estos elementos tienden a ser recordados como parte integrada de una historia.

La narrativa, que cada vez más se ejecuta a través del video, define roles, provee catarsis, nos cuestiona e influye, inevitablemente, sutilmente, para

el auto-modelaje.

Ya dejamos atrás la tradición verbal, aquella que nos dio a **La Ilíada** y **La Odisea de Homero**; ya dejamos atrás la tradición escrita, aquella que nos trajo **Gutenberg** con su imprenta; ahora mismo formamos la tradición del video, la que nos dio a la **Guerra de las Galaxias**; al video lo devoramos, lo insumimos, lo afanamos hasta el extremo; pero no acaba de llenar.

El Misterio

Si dejas que te conecten unos sensores en la cabeza -no duele ni nada- todos podríamos ver en una pantalla cómo reacciones al ser expuesto ante diferentes fotografías, películas, situaciones.

Veríamos a unos foquitos que se prenden en diferentes partes de tu cerebro y constataríamos lo que realmente piensas de alguien, si estás sexualmente estimulado, si sientes repulsión por un símbolo; finalmente lo logramos como especie: leemos la mente.

¿Y por qué tanta curiosidad sobre nosotros mismos? ¿Acaso no hemos resuelto el misterio después de milenios? ¿No hemos aprendido a vivir en paz y en plenitud?

Los primeros en querer descifrar el misterio de la persona tuvieron que ser los **oráculos**, **chamanes** y **curanderos**. Sumergidos en descifrar la complejidad de la naturaleza humana recurrieron a la magia, a la otra dimensión, a los dioses.

Luego llegaron los **galenos**, los **médicos** de profesión. Lentamente aparecería con ellos la perspectiva de que una “mala actitud” fomenta las enfermedades. La medicina en la actualidad abiertamente reconoce que más del 80% de las enfermedades tienen componentes **psicosomáticos**.

Entre las profesiones más modernas llegó la **Psicología**. **Freud** plantea la idea genial del

subconsciente y de pasada nos dice que todos somos libidinosos y agresivos.

Todavía más reciente es el **Marketing**. Se conforma apenas en los sesentas donde se afianzan conceptos como las **4 P's** y el **Marketing Mix**.

 El **marketing** se dispuso entonces a entender las razones de por qué el mercado, o el individuo, compra algo; cómo lo compra, cómo lo usa, cuánto paga, dónde lo adquiere.

Los negocios del mundo le inyectaron recursos al marketing. Todos querían entender para vender y pareciera que el descubrimiento de la persona dependía, en buena medida, del incentivo comercial. **Aristóteles**, **Montaigne**, **Kierkegaard**, **Spinoza**, **Rousseau** y, no se diga **Nietzsche**, se retuercen en su tumba.

Pero los negocios del mundo lo tenían que saber: ¿Qué provoca las modas? ¿Qué fibras emocionales toca una marca?

A continuación describo algunas fases que no necesariamente son cronológicas.

-  Entre las primeras técnicas para entender al consumidor aparecieron los **sondeos** y **métodos cuantitativos** y de ahí la expresión “resultado estadísticamente confiable”.
-  Le siguieron las **investigaciones cualitativas**, de donde deriva los *focus groups*, las que proveen de ángulos subjetivos y opiniones.
-  Luego las preguntas se utilizaron para adaptar productos ya existentes; por ejemplo: ¿Qué pensarías de un radio con despertador?
-  Posteriormente se enfocaron a productos totalmente nuevos. En estos casos se dieron

más sorpresas de lo acostumbrado (nada es 100% confiable): innovaciones aceptadas en la encuestas no se vendían y viceversa.

-  Más adentro del psiquis están las **entrevistas de profundidad**, donde entrevistadores calificados entablan diálogos intensos y de uno a uno.
-  Pero en la paradoja humana la gente te dice una cosa y hace otra. Y aparecen investigadores como **Zaltzman**, de **Harvard**, con sus técnicas proyectivas. Por ejemplo, ponen a los sujetos a recortar revistas o a contar cuentos de un producto.
-  La neurociencia ahora nos dice que las partes del cerebro asociadas al placer y la recompensa se activan cuando estamos frente a una marca reconocida (Radiological Society of North America).

A lo largo de seis columnas, y que constituyen la Serie **Ese Gran Vacío**, **Existencialismo** y **Marketing de Síntomas**, he descrito la sintomatología en la búsqueda por llenar el vacío existencial y de cómo la cultura moderna conformada por el **Materialismo**, **Narcisismo**, **Hedonismo**, **Fundamentalismo**, las **Experiencias Extremas** y la **Fuga por Entretenimiento**, resuelven poco.

Luchar por deshacerse de la ansiedad, la ambigüedad y la ambivalencia de nuestra vida es un ejercicio estéril. Es que estar vivo es estar incompleto, no pleno, en proceso constante; este es el ingrediente más definitorio de nuestra condición humana, viene con el paquete.

Desde el punto de vista existencial, el entender y aceptar nuestras propensiones sintomatológicas puede ayudarnos a canalizar la energía de la frustración hacia el emprendimiento de acciones expansivas y de desarrollo personal.

 Desde el punto de vista del **mercadólogo**,

la conducta del consumidor se puede interpretar como una manifestación psíquica, por un lado, y primitiva por el otro; y entender es el primer paso para construir propuestas y promesas de valor que tengan resonancia con el mercado meta.

Y como me siento incapaz de descifrar los *por qué* de la conducta; de dónde viene y cuál es el origen, mejor me centro con un enfoque humanista y mercadológico, en *cómo* ocurren las cosas.

Ser mercadólogo también demanda tener algo de **psicólogo, sociólogo, mitólogo, antropólogo, economista, financiero y estratega**. Naturalmente que no se puede ser experto en todo pero yo me conformaría con ser un observador experto.

Si puedo observar con agudeza y lucidez, *cómo* pasan las cosas, *cómo* nos comportamos, *cómo* gastamos o invertimos nuestro tiempo y dinero, puedo entonces aspirar a mejores diagnósticos. Hay que observar para entender. Y entender es vender; si ese fuera el propósito.

Y volvemos al principio: todo parte del *quién*. Y como sugería el **Oráculo de Delphi**: *Nosce te ipsum* (conócete a ti mismo).

