

por completo la realidad detrás de cada producto y las implicaciones y coste que tiene para los seres humanos y los entornos naturales del planeta. Sustituyéndolo por una conveniente estandarización en la producción masiva en manos de unos pocos que tienen el control no solo de las cadenas de valor sino también de la mente de las sociedades.

Estamos asistiendo al desmoronamiento de muchos de los grandes arquetipos que nos servían de referencia: el dinero y la economía ya no son tangibles y sólidas como cuando eran medidas en oro, los gobernantes parecen marionetas de los mercados y de poderes ocultos que marcan sus pasos, los científicos aparecen manipulados por grupos y lobbies de interés y cambian sus teorías según les convenga, las religiones se salpican con toda clase de situaciones que las hacen tambalearse, los ejércitos se perciben como instrumentos del mercado y no para defendernos de amenazas reales.

Estas incertidumbres darán lugar a un nuevo paradigma y pueden ser una gran oportunidad para el cambio profundo que necesita el planeta y la humanidad. Los individuos han de tomar renovada y total responsabilidad de su relación personal e intransferible con la sociedad global. No somos felices sino esclavos de los falsos símbolos que no han inculcado este sistema de producción. Quizá la solución sea volver a vivir sin crearnos falsas necesidades, una vida más simple con menos cosas y mejor repartidas, y de verdad estar los unos más cerca de los otros. Reinventar el actual círculo cerrado “trabajar-gastar” y cambiar el binomio vivir para trabajar y por trabajar para vivir y quizá así ser felices de verdad.

Nos sorprende ver la sonrisa limpia y sincera en las caras de los pueblos del llamado tercer mundo. La pregunta es: ¿Somos nosotros el tercer mundo espiritualmente hablando? Este cambio de conciencia se podría resumir en apreciar las cosas pequeñas y abrir los ojos rompiendo el velo de la ilusión de ser “especiales..., distintos”... y volver a lo real a lo que nos hace finalmente felices que en general no implica el dinero. Hemos de dejar de una vez por todas, los símbolos que han inundado nuestras mentes, nuestros corazones y vivir por fin “vidas reales”.

Un nuevo paradigma: de la sociedad individualista a la sociedad consciente

Fernando Muñoz Bullejos,

productor y emprendedor en energías renovables

¿Por qué consumimos en esta escala tan salvaje que no tiene precedentes y que nos hace presagiar un agotamiento de los recursos y un empobrecimiento del planeta en general?



En el pasado las sociedades tenían un sentido natural de colaboración y sinergia. Poseían esa solidaridad que se puede observar cuando viajamos a países de bajo nivel económico. Pero siempre ha existido un grupo humano que no necesitaba de los demás sino es para su propio usufructo, es el grupo que está vinculado al poder y a la riqueza. Este grupo se puede permitir el lujo de la individualidad y la diferenciación destacando entre las masas. Fue en los inicios de la revolución industrial de principio del siglo XX donde se plantó el germen del consumo masivo y del individualismo a ultranza tal y como lo conocemos actualmente.

La industria estaba experimentando una expansión sin precedentes, satisfaciendo una demanda que cubría las necesidades básicas de la sociedad. Los primeros productos eran muy similares unos de otros y el comprador satisfacía sus carencias, normalmente empujado por la necesidad. Después nacieron las distinciones entre productos y aparecieron las primeras marcas.



Esta necesidad de diferenciación entre productos, es lo que dio pie y origen al marketing actual donde los productos no son solo las cualidades y funciones que poseen sino que tienen toda una carga psicológica que en

muchos casos escapa a nuestro entendimiento y que con su adquisición nos acerca inconscientemente al selecto grupo de ricos y poderosos. Cuanto más diferente es el objeto adquirido más nos hace sentirnos únicos. Esto dura muy poco, justo hasta que este producto es sustituido casi de inmediato por otro que aparece más atractivo y nuevo. Pero las consecuencias de ese sentirse "únicos" son las que nos están llevando a la encrucijada en la que nos encontramos actualmente en el planeta Tierra.

La historia de esta situación comenzó en gran medida de la mano de un inteligente personaje, Edward Bernays, un sobrino de Sigmund Freud profundamente influenciado por la descripción de las fuerzas ocultas del inconsciente humano que el psiquiatra describía. Fue el que inició de forma contundente, este fenómeno actual del consumo compulsivo y casi irrefrenable. Creó herramientas psicológicas para mantener el aumento continuo de la producción, empujado por un sistema financiero que obliga a crecer continuamente para pagar los interminables intereses y hacer consumir al público, no solo las cosas que necesitan sino las cosas que la industria podía producir y producirá.

El Sr Bernays desveló a los industriales y políticos que las masas pueden ser moldeadas en sus opiniones y hábitos simplemente manipulando las fuerzas ocultas del inconsciente y que esta herramienta constituía un elemento fundamental para el control de las sociedades democráticas. Por tanto aquellos que supieran manipular esos mecanismos ocultos del inconsciente constituirían el verdadero poder sobre las sociedades y ostentarían el control absoluto. Se instauró una propaganda que promueve los atributos individuales o individualistas para dar salida a muy diversos productos. Así los individuos tienen la ilusión de ser "diferentes y únicos" emulando a aquellos que tienen riqueza, poder o influencia. Es la ilusión de ser poderoso, sin serlo. Nace el "producto simbólico". Este se diferencia de los "productos genéricos" que solo cubren necesidades, en que los consumidores ven en estos productos diferenciadores, unas cualidades que los harán destacar como individuos.

Si los individuos consumen de entre una variedad que les hace sentirse más identificados con su naturaleza oculta y diversa, serán individuos más felices y por tanto más pacíficos y moldeables para



adaptarse al sistema productivo. Y este sistema productivo los adiestrará en sus gustos y hábitos y por tanto les suministrará los productos que les sean convenientes.

Ahora nuestro consumo está corrompido por la manipulación de la propaganda que hace que sea más importante el símbolo asociado a un producto que la naturaleza intrínseca de este. Además hemos perdido totalmente la consciencia de los procesos de producción y desconocemos