

## ÍNDICE

Verifica que este libro es para ti .....	15
No pierdas el tiempo .....	16
No tengas prisa .....	17
No te creas nada .....	18
No saques conclusiones precipitadas .....	19

### *Primera parte*

#### ORIENTACIÓN AL PROPIO INTERÉS

Capítulo I. La decadencia del viejo paradigma .....	25
1. ¿Qué es un paradigma? .....	27
2. La psicología del egocentrismo .....	30
3. La filosofía del materialismo .....	33
4. La economía inconsciente .....	35
5. La ecología consumida .....	39
Capítulo II. La sociedad prefabricada .....	43
6. La cultura de la culpa .....	44
7. Prisioneros de la seguridad .....	47
8. Adictos a la impaciencia .....	50

9. ¿Por qué vemos tanto la tele? .....	53
10. La paradoja del deseo .....	56
Capítulo III. El laberinto de las relaciones .....	61
11. ¿Para qué sirven los enemigos? .....	62
12. El espejismo de las apariencias .....	64
13. La amistad interesada .....	68
14. La pareja enjaulada .....	71
15. La paternidad inconsciente .....	74
Capítulo IV. La economía de la infelicidad .....	79
16. La economía como tablero de juego .....	80
17. La telaraña del sistema monetario .....	83
18. El afán de lucro de las organizaciones .....	87
19. Explotación remunerada .....	90
20. El abismo salarial .....	93
21. Anatomía de la codicia .....	95
Capítulo V. La resistencia al cambio .....	99
22. El poder del <i>statu quo</i> .....	100
23. Los siete pecados prefabricados .....	103

*Segunda parte*  
ORIENTACIÓN A LA TRANSFORMACIÓN

Capítulo VI. La crisis de los cuarenta .....	111
24. La función del sufrimiento .....	112
25. El despertar de la consciencia .....	116
26. La búsqueda de la verdad .....	118
27. La vida como aprendizaje .....	120
Capítulo VII. La ciencia de la transformación .....	125

28. La conquista de la mente .....	126
29. Primer paso: información .....	129
30. Segundo paso: energía .....	131
31. Tercer paso: entrenamiento .....	133
32. La elocuencia de los resultados .....	135
Capítulo VIII. La alquimia de la comprensión .....	139
33. ¿Moral o ética? .....	140
34. ¿Maldad o ignorancia? .....	144
35. ¿Problemas u oportunidades? .....	148
36. ¿Casualidades o causalidades? .....	151
Capítulo IX. Estadios evolutivos .....	159
37. La espiral de la madurez .....	160
38. Dependencia, independencia e interdependencia	162
39. Camello, león y niño .....	164
40. Inocencia, ignorancia y sabiduría .....	167
41. Inconsciencia, semiconsciencia y consciencia ....	169
42. Pirámide de necesidades y motivaciones .....	173

*Tercera parte*

ORIENTACIÓN AL BIEN COMÚN

Capítulo X. El amanecer de un nuevo paradigma .....	181
43. Cambio de paradigma .....	182
44. La psicología del altruismo .....	185
45. La filosofía del posmaterialismo .....	188
46. La economía consciente .....	193
47. El consumo ecológico .....	197
Capítulo XI. La sociedad orgánica .....	203
48. La asunción de la responsabilidad .....	204

49. La confianza en la vida .....	209
50. La sensación de fluidez .....	212
51. La sabiduría del agradecimiento .....	215
Capítulo XII. El regalo de compartir .....	221
52. El amor es el camino y la meta .....	222
53. La amistad madura .....	225
54. La pareja interdependiente .....	227
55. La paternidad consciente .....	231
Capítulo XIII. La vocación de servicio .....	235
56. Estrategia para el cambio profesional .....	236
57. Amar lo que se hace .....	238
58. Una vida con propósito y sentido .....	242
Capítulo XIV. Epílogo .....	247
59. La evolución es inevitable .....	248
60. La trampa de las supersociedades .....	250
61. ¿Desarrollo sostenible? .....	256
Agradecimientos .....	261
Bibliografía recomendada .....	265
Notas .....	269
Índice temático .....	277

## VERIFICA QUE ESTE LIBRO ES PARA TI

*Dos caminos divergían en un bosque,  
y tomé el menos transitado.  
Aquella decisión marcó la diferencia en mi vida.*

ROBERT FROST

*Hace mucho tiempo una cabra se perdió en el corazón de un bosque inexplorado. Temerosa de no saber cómo regresar junto a su familia, comenzó a brincar de un lado para el otro por una escarpada colina, abriendo un sendero tortuoso, lleno de curvas, subidas y bajadas. Al día siguiente, un perro siguió su rastro, utilizando aquella misma senda para atravesar el bosque. Lo mismo hizo un carnero, líder de un rebaño de ovejas, que, viendo el espacio ya abierto, guió a sus compañeras por allí.*

*Y así fueron pasando los años, hasta que un día aparecieron los primeros seres humanos, que se aventuraron por aquel incómodo camino para cruzar el frondoso bosque. Aquella ruta les hacía zigzaguear constantemente y encontraban numerosos obstáculos que les obligaban a reducir su marcha. Cada vez que les tocaba cruzarlo, se quejaban y maldecían aquel sendero. Pero ni uno solo hacía nada para buscar y crear una ruta alternativa.*

*Después de ser atravesado miles de veces, el sendero acabó convirtiéndose en un amplio camino. Y pronto empezó a ser transitado por carros tirados por animales, que se veían obligados a transportar pesadas cargas durante horas. Los años fueron pasando y todo el mundo seguía cruzando el bosque por medio del denominado «sendero maldito». Así fue como terminó con-*

*virtiéndose en la calle mayor de un pueblo y, siglos más tarde, en la avenida principal de una gran ciudad.*

*Dado que el trayecto seguía siendo impracticable, la gente continuó transitándolo a regañadientes y de malhumor por el resto de su vida. Estaban tan convencidos de que aquella ruta era la única que existía que se habían resignado a seguir el camino trillado por la mayoría, sin preguntarse nunca si aquella era la mejor opción. Lo cierto es que si no hubiesen seguido la vía abierta por la intrépida cabra, podrían haber recorrido dicha distancia de forma más agradable y en menos tiempo. Y es que tan solo unos cientos de metros más arriba se escondía una ruta que conducía al mismo destino, mucho más llana y fácil de transitar.<sup>1</sup>*

## NO PIERDAS EL TIEMPO

Este libro está escrito para una minoría cada vez más numerosa en la sociedad contemporánea. Es decir, para aquellos seres humanos que buscan la manera de crear una existencia más plena y con sentido. Si en estos momentos de tu vida no sientes una necesidad de cambio, déjalo. No te compliques. No sigas leyendo. Lo último que pretende este ensayo es hacerte perder el tiempo. Y si por lo que sea ya lo has comprado, mejor será que lo regales o que lo dones a una biblioteca pública.

Todas las reflexiones que vas a encontrar en este libro están dirigidas a personas curiosas, sensibles e inquietas, que intuyen que el sistema en el que viven va en contra de su bienestar. Si ahora mismo no estás buscando una alternativa constructiva a tu actual modo de vivir, no sigas leyendo. Si no estás interesado en cuestionarte a ti mismo, indagando sobre por qué eres como eres y para qué haces lo que haces, de verdad, no sigas leyendo. Este ensayo no tiene mucho que aportarte.

Tan solo léelo si estás preparado para ser honesto contigo mismo, reconociendo las mentiras que pueden estar formando parte de tu vida. Solamente sigue leyendo si estás dispuesto a aceptar que quizás no lo sabes todo acerca de ti mismo. Y, sobre todo, únicamente pasa al siguiente capítulo si te atreves a salir de tu zona de comodidad, aventurándote en la incertidumbre de lo nuevo y lo desconocido.

*Aunque la mayoría de las personas no van hacia  
ninguna parte, es un milagro encontrarse con una  
que reconozca estar perdida*

JOSÉ ORTEGA Y GASSET

## NO TENGAS PRISA

Este libro no va a cambiarte la vida. Solo es una invitación para que reflexiones acerca de la manera en la que has sido condicionado por la sociedad en la que has nacido y te estás desarrollando como ser humano. Cuanto mayor sea tu comprensión acerca de tu naturaleza humana y de los entresijos del sistema del que formas parte, mayor será tu libertad para atreverte a pensar por ti mismo, decidiendo cuáles son tus verdaderos valores y qué te gustaría hacer con el resto de tu vida.

Cabe señalar que toda la información que encontrarás en las páginas que siguen es el resultado de doce años de estudio, investigación, análisis y documentación periodística. Algunos capítulos de este ensayo están basados en artículos y reportajes publicados anteriormente en el diario *El País*. El objetivo de este libro es democratizar los últimos descubrimientos en el campo de la psicología, la filosofía, la economía y la ecología desde una perspectiva escéptica y científica. Es decir, explicar de forma sencilla, cercana y amena por qué en general los seres humanos solemos pensar y

comportarnos de una determinada manera; qué podemos hacer cada uno de nosotros —de forma individual— para iniciar un proceso de transformación; y cuáles son los resultados que están obteniendo las personas que verdaderamente han cambiado su forma de comprender la vida.

A su manera, este libro también pretende actuar a modo de espejo para que te veas reflejado, viendo con más claridad la oscuridad y la luz que cohabitan dentro de ti. Porque es precisamente esta visión objetiva la que puede inspirarte a dejar de ser la persona que crees que eres —tu falso concepto de identidad— para convertirte en la que puedes llegar a ser: tu verdadera esencia. Así que no tengas prisa por terminar el libro. Léelo siguiendo el ritmo que necesites para comprender, procesar y digerir la información. Eso sí, en la medida en que te apetezca y lo consideres oportuno, comprométete a llevar a la práctica la teoría que contiene cada capítulo. Solo así convertirás este *conocimiento* en tu propia *sabiduría*.

*Las palabras son mitad de quien las escribe,  
mitad de quien las lee*

MICHEL DE MONTAIGNE

## NO TE CREAS NADA

Si has seguido leyendo hasta aquí, es fundamental que no te creas nada de lo que leas. Ni una sola línea. Desde que naciste te han ido inculcando infinidad de creencias acerca de quién debes ser y de cómo has de vivir tu vida. De ahí que este libro no pretenda imponerte ningún otro dogma. Y mucho menos juzgarte. No tiene nada contra ti. Solo quiere acompañarte en el proceso de cuestionamiento de las *creencias* con las que has *creado* tu identidad. De esta manera podrás reinventarte,



rompiendo las cadenas mentales que pueden estar limitando tu propio descubrimiento de la vida.

Lo único que necesitas para ir más allá de la tiranía de tu sistema de creencias es entrenar los *músculos* de la comprensión y el discernimiento. Así es como puedes conquistar tu verdadera libertad. Y para lograrlo, es imprescindible que verifiques toda la información que te llega del exterior, cuestionándola, poniéndola en práctica y analizando los resultados que obtienes de forma voluntaria a través de tu propia experiencia. Por este motivo, es imprescindible que leas las páginas que siguen con escepticismo y pensamiento crítico.

Si bien las palabras, los conceptos y las etiquetas son muy útiles para fomentar el conocimiento, no son la experiencia en sí mismos. El puente entre la ignorancia y la sabiduría es lo que experimentas y comprendes, no lo que te dicen, lo que lees o lo que crees. De ahí que, por favor, no te creas absolutamente *nada* de lo que lees en este libro. En la medida que puedas y te apetezca, experimentalo *todo*. Solo así podrás comprobar empíricamente si la información es veraz y provechosa para ti.

*Por más que te explique a qué sabe el fruto  
de los baobabs, no lo sabrás hasta  
que lo pruebes por ti mismo*

PROVERBIO MALGACHE

## NO SAQUES CONCLUSIONES PRECIPITADAS

La estructura narrativa de este libro representa las tres grandes etapas evolutivas<sup>2</sup> que componen, potencialmente, tu experiencia como ser humano. Así, la primera parte del libro se centra en la «orientación al propio interés». Básicamente, es una des-

cripción de los pilares que constituyen el denominado «viejo paradigma». Es decir, la forma de pensar y de comportarnos con la que hemos sido condicionados por la sociedad, y que actualmente se encuentra en decadencia. Sobre todo porque genera resultados de insatisfacción, tanto en la dimensión personal (vacío y falta de sentido), en la relacional (lucha y conflicto con los demás) como en la profesional (monotonía, estrés e incluso sensación de esclavitud).

Lo cierto es que hemos sido adoctrinados para vivir de acuerdo a unas determinadas creencias, valores, aspiraciones, prioridades, necesidades y motivaciones puramente materialistas. De ahí que la segunda parte del libro —la «orientación a la transformación»— sea una invitación a que te comprometas con tu propio autoconocimiento. En esencia, se explican las claves que posibilitan un «cambio de paradigma». Esto es, un cambio profundo en tu forma de comprenderte y de relacionarte contigo mismo y con los demás.

Por último, la tercera parte se centra en la «orientación al bien común». Y esta vendría a ser una exposición, a grandes rasgos, de los cimientos que constituyen el llamado «nuevo paradigma». Es decir, una nueva manera de pensar y de comportarnos más eficiente y sostenible. Principalmente porque genera resultados de satisfacción, tanto en la dimensión personal (plenitud y sentido), en la relacional (fluidez y armonía con los demás) como en la profesional (creatividad, entusiasmo y autorrealización).

La finalidad de explicar este proceso evolutivo es que aumente tu comprensión sobre las causas y consecuencias que tiene orientar tu existencia a saciar únicamente tu propio interés. Y que compruebes por ti mismo los beneficios de dedicar tu vida a la transformación y, en consecuencia, al bien común. Eso sí, en función de cuál sea tu nivel de consciencia, tu grado de entendimiento y tu estado de ánimo en estos momentos de

tu vida, te resultará más fácil o más difícil reconocer y aceptar tus limitaciones y conectar con tu potencial.

Puede que mientras vayas leyendo te pongas a la defensiva. O que incluso ridiculices aquella información que atente contra tu forma de pensar. En el caso de que esto suceda, no saques conclusiones precipitadas. El mayor obstáculo para evolucionar como seres humanos y progresar como sociedad es apegarnos a nuestro actual sistema de creencias. Así, lo mejor es que confíes únicamente en tu sentido común. Al fin y al cabo, lo que está en juego es tu capacidad para convertirte en quien has venido a ser y hacer de tu vida algo verdaderamente extraordinario. Buen viaje.

*Qué triste época la nuestra: es más fácil  
desintegrar un átomo que un prejuicio*

ALBERT EINSTEIN

## La decadencia del viejo paradigma

*Lo que más me sorprende de la humanidad son los hombres que pierden la salud para juntar dinero y luego pierden el dinero para recuperar la salud.*

BUDA

*Un acaudalado hombre de negocios estaba pasando sus vacaciones en un pueblo costero. Y una mañana, andando a paso acelerado por la playa, advirtió la presencia de un pescador que regresaba plácidamente con su destartalada barca.*

*—¿Has tenido buena pesca? —le preguntó con seriedad.*

*—Buenos días, amigo —le contestó el pescador. Y, sonriente, le mostró las tres piezas que había pescado—. La verdad es que el mar ha sido generoso conmigo —añadió al cabo.*

*El hombre de negocios, incrédulo, echó un vistazo a su reloj y le espetó:*

*—Todavía es muy temprano. ¿Cuánto tiempo has estado pescando?*

*—Solo un ratito.*

*Tras una breve pausa, el hombre de negocios le dijo:*

*—Supongo que volverás a salir, ¿no?*

*Extrañado, el pescador le preguntó:*

*—¿Volver a salir? ¿Para qué?*

*—Pues para obtener más pescado —respondió el hombre de negocios, que lo consideraba algo obvio.*

*—¿Y qué haría con él? ¡No lo necesito! Con estas tres piezas tengo suficiente para alimentar a mi familia —afirmó el pescador.*

*El hombre de negocios soltó una enorme carcajada y le replicó:*

*—Mejor entonces, porque así podrías venderlo.*

*—¿Venderlo? ¿Para qué? —preguntó el pescador, desconcertado.*

*—Para tener más dinero.*

*—¿Más dinero? ¿Para qué?*

*—Para cambiar tu vieja barca por una nueva, mucho más grande y bonita.*

*—¿Pero si mi barca cumple su función perfectamente! ¿Para qué querría cambiarla?*

*—Para poder pescar mayor cantidad de peces en menos horas.*

*—¿Pescar más peces en menos horas? ¿Para qué?*

*—Así podrías contratar a algunos hombres.*

*—¿Contratar algunos hombres? ¿Para qué?*

*—Para que pesquen por ti.*

*—¿Pero si a mí me encanta pescar! ¿Para qué querría que otros pescaran por mí?*

*—Para ser rico y poderoso.*

*El pescador, sin dejar de sonreír, no acababa de entender la mentalidad de aquel hombre de negocios. Sin embargo, volvió a preguntarle:*

*—¿Rico y poderoso? Lo siento, amigo, pero no le veo el sentido.*

*—Déjame que te lo explique. Sin duda alguna, esta es la mejor parte —asintió—. Al convertirte en un hombre de negocios rico y poderoso, podrías pasar más tiempo con tu familia y descansar cuando quisieras.*

*El pescador lo miró con una ancha sonrisa y le dijo:*

*—Eso es precisamente lo que voy a hacer ahora mismo.<sup>3</sup>*

# 1

## ¿QUÉ ES UN PARADIGMA?

Aunque es imposible encontrar a dos individuos completamente iguales, todos compartimos una misma naturaleza humana. Todos tenemos necesidades, deseos y expectativas. De ahí que a nivel emocional también compartamos una serie de carencias, frustraciones y miedos. En paralelo, si bien nuestros rasgos faciales, nuestro color de piel o nuestro tamaño y altura varían en función de nuestra genética y nuestras circunstancias geográficas y ambientales, todos disponemos de un cuerpo, una mente y un corazón. Por eso gozamos de la capacidad de experimentar, pensar y sentir.

Y entonces, si todos compartimos una misma condición humana, ¿por qué somos tan diferentes? La respuesta no es sencilla. Entre otras muchas variables, es esencial señalar que en función de dónde hemos nacido y el tipo de *educación* que hemos recibido, cada uno de nosotros ha *creado* una identidad personal partiendo de las *creencias* familiares, culturales, profesionales, políticas, religiosas y económicas con las que hemos sido moldeados por la sociedad de la que formamos parte.

Prueba de ello es el hecho de que la gente que nace en un *determinado* país (o comunidad) suele utilizar un *determinado* idioma, defender una *determinada* cultura, estar afiliada a un *determinado* partido político, seguir una *determinada* religión e incluso apoyar a un *determinado* equipo de fútbol. El quid de la cuestión radica en que normalmente no elegimos nuestras creencias (que condicionan nuestra forma de comprender la vida), nuestros valores (que influyen en nuestra toma de decisiones), nuestras prioridades (que reflejan lo que consideramos más importante) y nuestras aspiraciones (que marcan aquello que deseamos conseguir).

Más concretamente, este conjunto de creencias, valores, prioridades y aspiraciones constituyen nuestro «paradigma»,<sup>4</sup> que vendría a ser la manera en la que vemos, comprendemos y actuamos en el mundo. La importancia de hacer consciente y comprender nuestro paradigma radica en el hecho de que también *determina* nuestras necesidades y motivaciones. Es decir, lo que creemos que necesitamos para ser felices y lo que nos mueve a hacer lo que hacemos en la vida.

También es la raíz desde la que nace nuestra manera subjetiva de pensar y el tipo de actitud que solemos tomar frente a nuestras circunstancias. A partir de todo ello, solemos cosechar una serie de experiencias y resultados, que son los que finalmente *determinan* nuestro grado de bienestar o malestar. Lo cierto es que cada uno de nosotros mira y filtra la realidad a través de unas gafas *determinadas*, cuyo color ha sido elegido y pintado por el entorno socioeconómico en el que nos hemos desarrollado como individuos.

Sin ir más lejos, basta con echar un rápido vistazo a lo que sucede en un campo de fútbol. Imaginemos que la selección española y la francesa están disputando la final de un mundial. Estamos en el minuto noventa y el resultado es de empate a cero. De repente, un delantero francés se mete en el área pequeña del conjunto español, choca con un defensa y se cae al suelo. Seguidamente el árbitro pita penalti a favor de Francia. Y esta decisión provoca que los aficionados españoles griten indignados que «¡no es penalti!», que el delantero francés «¡se ha tirado!», al tiempo que comienzan a ponerse tensos por miedo a perder la final.

Al mismo tiempo, los seguidores de la selección francesa se han puesto muy contentos, comentando entre ellos que el defensa español «¡le ha hecho falta!» a su jugador, provocando un «claro penalti». Lo interesante de este ejemplo es que frente a un mismo hecho externo, objetivo y neutro —un jugador

francés se ha caído en el área pequeña de la selección española tras chocar contra un defensa rival— se han producido dos maneras antagónicas de mirar y de vivir dicho suceso.

De esta manera, se puede concluir que cada uno de los aficionados que están viendo el partido ha realizado una interpretación totalmente subjetiva, que depende de las creencias, los deseos y las expectativas con los que está identificado. Y por «identificado» nos referimos a «aquellas ideas, hechos o *cosas* que creemos que forman parte de nuestra identidad». <sup>5</sup> Por seguir con el ejemplo anterior, cada uno de los aficionados se identifica con uno de los dos equipos. Es decir, que inconscientemente cree que para ser feliz y sentirse bien su equipo debe ganar.

Así, cuanta mayor es nuestra identificación con *algo*, mayor es la distorsión que hacemos de la realidad. De ahí que la mitad de los aficionados haya visto penalti y se muestre excitada y la otra mitad haya visto que no era y se haya indignado. Lo curioso es que si el delantero francés finalmente fallara el penalti, el estado de ánimo de uno y otro bando cambiaría por completo en cuestión de segundos. Eso sí, en el caso de que hubiera algún aficionado que no estuviera identificado ni con la selección española ni con la francesa, estaría en mayor disposición de ver e interpretar lo que ha sucedido con mayor objetividad y neutralidad. Y, en consecuencia, de disfrutar de la final del mundial sin poner en juego su salud emocional.

Aunque la realidad es la misma para todos, cada uno de nosotros la está deformando y experimentando de forma subjetiva. De ahí que sea fundamental comprender cuáles son los pilares del paradigma actual, también denominado «viejo paradigma». Principalmente porque está basado en la ignorancia y genera resultados de lucha, conflicto e insatisfacción. De ahí que se encuentre en decadencia. Por eso, a menos que cuestionemos los fundamentos sobre los que hemos construido el



sistema y, por ende, nuestra identidad, difícilmente podremos abandonar el camino prefabricado por el que transita la mayoría. Para seguir nuestro propio sendero en la vida, es necesario descubrir quiénes somos verdaderamente, cuál es nuestro lugar en el mundo y cómo podemos crear una existencia con sentido, orientada al bien común.

*Cada vez que te encuentres del lado de la mayoría,  
es tiempo de hacer una pausa y reflexionar*

MARK TWAIN

## 2

### LA PSICOLOGÍA DEL EGOCENTRISMO

Dado que el sistema capitalista nos incentiva a competir para ganar un salario que nos permita pagar nuestros costes de vida, desde pequeños somos condicionados para que al llegar a la edad adulta nuestra principal motivación sea saciar nuestro propio interés. En paralelo, la sociedad nos *invita* constantemente a creer que nuestro bienestar depende de la satisfacción de nuestros deseos. Esta es la razón por la que solemos tratar de que la realidad se adapte permanentemente a *nuestros* intereses, a *nuestras* necesidades y a *nuestras* expectativas, una actitud más conocida como «egocentrismo».

Al observar nuestra forma de pensar, de hablar y de actuar comprobamos que suele estar protagonizada por los pronombres «yo», «mi» y «mío». Lo cierto es que cuanto más egocéntricos somos, más sufrimos. Y a su vez, este sufrimiento alimenta y engorda nuestro egocentrismo. Al adentrarnos en este círculo vicioso, solemos quedarnos anclados en la cárcel de nuestra mente, siendo avasallados por un incontrolable torrente de pensamientos inútiles y destructivos que merman nuestra

salud emocional. Esta es la esencia del denominado «encarcelamiento psicológico»,<sup>6</sup> que nos lleva a interpretar lo que nos sucede de manera extremadamente subjetiva, y a reaccionar impulsiva y mecánicamente cada vez que nuestras circunstancias nos perjudican o no nos benefician. En ese estado de inconsciencia pretendemos que el mundo gire a nuestro alrededor, adaptándose a nuestras creencias, valores, prioridades y aspiraciones. Es decir, a nuestro paradigma.

Es necesario señalar que ninguno de nosotros sufre voluntariamente. Sin embargo, cada vez que pensamos, hablamos o actuamos egocéntricamente, es como si tomáramos un *chupito* de *cianuro*, vertiendo veneno sobre nuestra mente, nuestro cuerpo y nuestro corazón. De hecho, la neurociencia cognitiva ha demostrado empíricamente que cada pensamiento negativo genera en nuestro interior una emoción tóxica, como el miedo, la tristeza o la ira. Y estas, a su vez, se disuelven fisiológicamente en nuestro organismo, dañando literalmente nuestros sistemas nervioso e inmunológico. De ahí que si pudiésemos escoger libremente, al enfrentarnos a situaciones difíciles seguramente desarrollaríamos una actitud y una conducta más constructivas y eficientes.

Y entonces, ¿por qué no lo hacemos? ¿Por qué reaccionamos negativamente frente a circunstancias adversas? ¿Por qué nos entristecemos por asuntos ocurridos en el pasado? ¿Por qué nos enfadamos cuando las cosas no salen como queremos? ¿Por qué nos sentimos inseguros con respecto a cuestiones relacionadas con el futuro? ¿Para qué nos sirven la tristeza, la ira y el miedo? ¿De qué manera estas emociones nos ayudan a construir y disfrutar de una vida plena?

La respuesta a todas estas preguntas solo puede comprenderse cuando nos miramos en el espejo. De hecho, la psicología del egocentrismo pone de manifiesto que no somos dueños de nosotros mismos. En general no tenemos ningún tipo de control

sobre nuestra mente, nuestros pensamientos, nuestras actitudes y nuestras conductas. Más bien operan de forma mecánica, impulsiva y reactiva. Por eso somos incapaces de obtener de manera voluntaria resultados de satisfacción. Esta es, sin duda, la principal característica de vivir inconscientemente.

Aunque parece que estamos despiertos, en el fondo estamos profundamente dormidos. No en vano, seguimos creyendo que las interpretaciones distorsionadas y subjetivas que hacemos de la realidad son *la realidad* en sí misma. Prueba de ello es la epidemia de victimismo que padece nuestra sociedad. Es común escucharnos los unos a los otros protestando por todo lo que nos pasa, sin ser conscientes de que somos co-creadores y corresponsables del rumbo que está tomando nuestra existencia.

Solemos quejarnos de nuestra pareja, pero ¿acaso nos responsabilizamos de que somos nosotros quienes la hemos elegido? Solemos maldecir a nuestro jefe y a nuestra empresa, pero ¿acaso nos responsabilizamos de que somos nosotros quienes hemos escogido nuestra profesión y nuestro lugar de trabajo? Y en definitiva, solemos lamentarnos por nuestras circunstancias actuales, pero ¿acaso nos responsabilizamos de que estas son el resultado —en gran medida— de las decisiones que hemos ido tomando a lo largo de nuestra vida? Es decir, que solemos victimizarnos por los *efectos* que cosechamos, eludiendo cualquier tipo de responsabilidad por las *causas* que los crearon. Por eso se dice que la psicología del egocentrismo se sustenta sobre la ignorancia de no saber quiénes somos y la inconsciencia de no querer saberlo.

*Deseamos ser felices aun cuando vivimos de tal  
modo que hacemos imposible la felicidad*

SAN AGUSTÍN

## 3

## LA FILOSOFÍA DEL MATERIALISMO

Desde la perspectiva del viejo paradigma, la materia es lo único que existe. Es decir, que la realidad está compuesta, únicamente, por lo que podemos experimentar a través de nuestros cinco sentidos físicos. De ahí que solo midamos y valoremos los aspectos tangibles y cuantitativos que constituyen nuestro estilo de vida. Y cómo no, esta lista está encabezada por el dinero, que se ha convertido en el fin último de la existencia de la mayoría de los seres humanos.

En paralelo, el triunfo de la filosofía del materialismo ha consolidado el Producto Interior Bruto (PIB) como la estadística económica más importante y fiable para medir el progreso y el desarrollo de un país. En esencia, se trata de una cifra que representa el valor total de la producción y la actividad económica realizadas por el conjunto de las instituciones públicas, las organizaciones privadas y la sociedad civil, incluyendo la renta y el consumo de las familias, la inversión de las empresas, el gasto de las administraciones estatales y las exportaciones nacionales.

Así, el PIB vendría a ser como el gran contable de cada país. De hecho, publica sus cifras de forma trimestral, permitiendo que los analistas obtengan el dato que más les interesa: la tasa de crecimiento. Y es que en el viejo paradigma la salud de una nación se valora en función de su expansión económica y financiera, la cual se mide a través de transacciones monetarias.

Por más sofisticado que sea este proceso de medición, el PIB no contabiliza la desigualdad económica de los habitantes de un país. Tampoco mide el impacto que tiene la economía sobre el bienestar emocional de los seres humanos y el medio ambiente, del que ya casi no formamos parte. Lo irónico es que en el

caso de que un país sufra una epidemia de gripe o sea víctima de diversos desastres naturales, todo el dinero invertido en vacunas y hospitales para curar a los ciudadanos afectados —así como en equipos de rescate y de reconstrucción para paliar los efectos en las zonas afectadas— incrementará la estadística del PIB de dicha nación.

Debido a la influencia que tiene sobre nosotros el pensamiento materialista imperante, en general creemos que nuestra felicidad está vinculada con lo que *hacemos* y *tenemos*, marginando por completo lo que *somos* y *sentimos*. De ahí que la sociedad contemporánea se haya edificado sobre cuatro pilares: el trabajo (como medio para ganar dinero), el consumo (como medio para obtener placer), la imagen (como medio para aparentar) y el entretenimiento, que nos permite —temporalmente— aliviar el dolor que nos genera llevar una existencia puramente materialista, en muchas ocasiones carente de propósito y sentido.

Además, al haber sido condicionados bajo la creencia de que *valemos* en función de lo que *tenemos* y *conseguimos*, solemos elegir profesiones orientadas a lograr estatus social y reconocimiento profesional. Esta es la razón por la que muchos dedican gran parte de su tiempo y energía a su trabajo; lo conciben como una carrera profesional —tanto de velocidad como de fondo—, relegando a un segundo plano el resto de las dimensiones de su vida.

Para otros, estas metas externas no forman parte de sus prioridades cotidianas, con lo que en vez de vivir para trabajar, trabajan para vivir. Sus motivaciones laborales consisten en garantizar su seguridad y estabilidad económicas; perciben su empleo como un trámite para pagar las facturas. De ahí que se interesen —especialmente— en la cantidad que cobran a final de mes, así como en el horario que deben cumplir entre semana.

En estos dos casos, la función profesional se desempeña como un medio para satisfacer necesidades y deseos materiales. Es decir, que están orientadas a saciar el propio interés. Apenas tienen en cuenta la finalidad de dicha actividad en relación con el resto de los seres humanos y el entorno medioambiental donde se desarrolla nuestra existencia. Al negar su parte trascendente —la que va *más allá* y *a través* de cada uno de nosotros—, muchos terminan por reconocer que lo que hacen no tiene sentido.

Y dado que el trabajo ocupa casi un tercio de la vida, terminan por llevarse el malestar a casa. No en vano, dedicar ocho horas al día a actividades mecánicas —carentes de creatividad— suele potenciar y acentuar nuestra desconexión y nuestro automatismo. Debido a este proceso de alienación, estamos protagonizando una irónica paradoja: como sociedad *tenemos* más riquezas que nunca, pero *somos* mucho más pobres. Frente a este contexto, la pregunta es inevitable: tenemos de todo, pero ¿nos *tenemos* a nosotros mismos?

*Lo que posees acaba por poseerte*

CHUCK PALAHNIUK

#### 4

### LA ECONOMÍA INCONSCIENTE

Muy probablemente, 2009 pasará a la historia como el año en que Occidente comenzó a darse cuenta de que el funcionamiento del sistema capitalista —tal y como hoy lo conocemos— es ineficiente e insostenible.<sup>7</sup> E incluso de una verdad todavía más incómoda: que la crisis económica y financiera que se inició a finales de 2008 es un reflejo de la crisis de valores y de consciencia que viven desde hace tiempo las organizaciones y

la sociedad. Parece como si hubiéramos perdido el rumbo. Y al no saber quiénes somos ni hacia dónde vamos, la vida nos está revelando una dirección a seguir por medio de profundas modificaciones estructurales.

De hecho, todo lo que ha venido sucediendo a lo largo de la última década no ha sido *bueno* ni *malo*. Simplemente, ha sido *necesario*. Al tomar un poco de perspectiva, concluimos que las crisis no son más que puntos de inflexión en nuestra larga historia de transformaciones sociales y económicas. En realidad, son el puente entre lo que somos y lo que estamos destinados a ser. Esta última crisis, por ejemplo, nos está sirviendo para darnos cuenta de que estamos evolucionando de forma inconsciente. También nos ha permitido ver el verdadero rostro de muchas empresas. Más allá de preservar condiciones laborales abusivas en el nombre de la productividad, gran parte de las compañías han utilizado esta situación financiera como *excusa* para recortar gastos, comenzando por las nóminas de cientos de miles de trabajadores.

Desde el inicio de la crisis —en septiembre de 2008— hasta marzo de 2011, más de 2,3 millones de asalariados se quedaron sin empleo en España.<sup>8</sup> Es decir, que en menos de dos años y medio la tasa de paro se duplicó, pasando del 10,4 por ciento al 21,3 por ciento, sumando un total de 4,9 millones de desempleados, la cifra más alta registrada en la historia de este país. Precisamente por aquellas fechas las grandes corporaciones que forman parte del Ibex 35 —como Abertis, BBVA, B. Santander, Endesa, Inditex, Repsol o Telefónica— publicaron el estado de sus cuentas financieras. Y lo cierto es que entre todas establecieron un nuevo récord histórico: en el año 2010 obtuvieron un beneficio conjunto de 49 881 millones de euros, un 24,5 por ciento más con respecto a los 40 056 millones ganados en el año anterior.<sup>9</sup>

De hecho, los sueldos de los accionistas, los consejos de ad-

ministración y los altos directivos de estas compañías no dejan de incrementarse. En 2009 —el peor año de la crisis—, estos ejecutivos cobraron un 15 por ciento más que el año anterior. Es decir, una media de 82 400 euros brutos al mes, el nivel más alto alcanzado nunca por este colectivo.<sup>10</sup> Y en 2010 su salario aumentó de nuevo, hasta alcanzar los 84 000 euros mensuales, lo que supuso otro récord histórico.<sup>11</sup>

Si bien este enriquecimiento de las capas más privilegiadas de nuestra sociedad es totalmente legal y legítimo, se ha producido mientras el resto de los ciudadanos se apretaban forzosamente el cinturón. Y dado que la mayoría basamos nuestro bienestar en aspectos materiales —desatendiendo nuestras verdaderas necesidades—, cada vez que se tambalean nuestras circunstancias socioeconómicas —y ya no digamos cuando se derrumban—, a nivel psicológico suele producirse una contagiosa epidemia de incertidumbre, inseguridad y miedo, lo que nos paraliza emocionalmente y nos dificulta pasar a la acción.

Aunque no se suele hablar de ello en las noticias, en 2010 al menos seis millones de personas sufrían depresión en España.<sup>12</sup> En paralelo, las ventas de antidepresivos se han disparado en este país a lo largo de los últimos años. En 1994 se despacharon 7,2 millones de unidades.<sup>13</sup> A finales de 2003, esta cifra creció hasta los 21,2 millones. Y en 2009 superó los 33 millones. La ingesta de tranquilizantes, por otra parte, ha seguido la misma línea ascendente. En 2009 alcanzó los 52 millones de unidades vendidas.

Además de ensanchar notablemente el PIB de España, lo alarmante de estos datos es que tan solo se corresponden con las compras realizadas por pacientes del sistema público. No contabilizan las prescripciones efectuadas por las consultas privadas. Eso sí, cabe decir que este elevado uso de ansiolíticos no siempre guarda relación con los estados depresivos de los pa-



cientes. Estos medicamentos también se emplean para abordar la ansiedad, las fobias, los trastornos alimentarios, el dolor y las adicciones.

Otra estadística tabú en nuestra sociedad es la referente al número de suicidios. Se estima que más de un millón de seres humanos se quitan la vida cada año en todo el mundo.<sup>14</sup> Y al menos otros 15 millones lo intentan sin conseguirlo.<sup>15</sup> En España, el suicidio fue en 2008 la primera causa externa de muerte (con 3421 casos), desbancando por primera vez en la historia a las defunciones por accidentes de tráfico, cuya cifra se situó en 3021 víctimas mortales.<sup>16</sup> Y lo cierto es que en 2009 el número de suicidios registrados se incrementó, alcanzando los 3650 casos. Estos datos son solo la punta de un gigantesco y oscuro iceberg. A pesar de haberse convertido en un fenómeno normalizado, nuestra sociedad padece una grave enfermedad llamada «infelicidad».

Si bien se está produciendo a cámara lenta, el viejo paradigma está derrumbándose. Y no es para menos. Con nuestra manera de ganar y de gastar dinero, cada uno de nosotros está aportando su granito de arena en la construcción de la denominada «economía inconsciente». Es decir, que por medio de la psicología del egocentrismo y la filosofía del materialismo entre todos hemos creado un tablero de juego que va en contra de sí mismo, de su propia supervivencia física, emocional y económica. No en vano, está compuesto por un sistema monetario que arrastra una deuda perpetua e insostenible, unas empresas codiciosas e ineficientes y unos seres humanos desconectados e infelices, cuya existencia carece de propósito y significado. A su vez, este sinsentido común globalizado es el principal responsable de la destrucción del hogar que todos compartimos: el planeta Tierra. Frente a este panorama, la pregunta aparece por sí sola: ¿hasta cuándo vamos a posponer lo inevitable?

*La locura es seguir haciendo lo mismo  
y esperar resultados diferentes*

ALBERT EINSTEIN

5

## LA ECOLOGÍA CONSUMIDA

El denominador común de la mayoría de los individuos es que trabajamos para sobrevivir, consumiendo los productos y servicios que nos venden las organizaciones que forman parte de la sociedad. De hecho, las empresas no nos ven ni nos tratan ni nos valoran como seres humanos, sino como empleados, clientes y consumidores. Y es precisamente esta acción de compra-venta de bienes lo que permite que el sistema monetario se perpetúe. Si bien la cantidad y la calidad de nuestras compras están condicionadas por nuestro salario, para que la economía no se desmorone es necesario que todos sigamos consumiendo. En otras palabras, el fin del consumo significaría el principio del colapso del sistema. Sin embargo, la salud medioambiental del planeta depende enteramente de que modifiquemos nuestros hábitos hiperconsumistas.

De hecho, la propia etimología de la palabra «consumir» ratifica su efecto devastador. Su significado original era «destruir», «dilapidar» y «agotar». De ahí que uno de los grandes retos que afrontamos como especie sea disminuir y optimizar nuestro nivel de consumo de forma gradual, posibilitando así la transición hacia un nuevo modelo socioeconómico más eficiente y sostenible.

Mientras se fragua este inevitable proceso de cambio, cabe preguntarse: ¿de dónde salen todas las cosas que compramos? ¿Y qué impacto tienen sobre la salud del planeta? Estas son las preguntas que la experta en desarrollo sostenible, Annie Leo-

nard, responde en el documental *La historia de las cosas*. En él se explica el funcionamiento de la «economía de los materiales»,<sup>17</sup> la cual está compuesta por varias fases. La primera es la «extracción», que en realidad es un eufemismo, pues consiste en explotar los recursos naturales, que a su vez es una manera elegante de referirse a la destrucción de la naturaleza. Estamos talando, minando, agujereando y demoliendo la biosfera tan rápido que no resulta descabellado afirmar que la humanidad se ha convertido en el cáncer del planeta Tierra.

La segunda fase es la «producción». Y consiste en usar diferentes fuentes de energía para mezclar los recursos naturales extraídos con una serie de componentes —algunos de los cuales son altamente tóxicos—, a partir de los que se fabrican muchos de los productos que consumimos habitualmente. Y dado que a muchas empresas les trae sin cuidado el impacto que tienen estos químicos sobre nuestra salud y sobre la naturaleza, siguen utilizando este tipo de sustancias dañinas. Principalmente porque reducen notablemente sus costes de producción.

La tercera fase es la «distribución», cuyo objetivo es vender todos estos productos manufacturados lo más deprisa posible. Al haber deslocalizado el sistema de producción a economías más pobres —donde poder contratar a mano de obra muy barata—, la logística mercantilista se ha convertido —debido al impacto medioambiental ocasionado por el transporte— en uno de los procesos más contaminantes e insostenibles de nuestra economía. Sea como fuere, da lugar a la cuarta fase: el «consumo». Sin duda alguna, se trata del corazón que bombea la sangre y mantiene con vida al sistema capitalista.

Con la finalidad de incrementar sus ventas y, por tanto, su cuenta final de resultados, la mayoría de las empresas suelen tomar decisiones movidas por su instinto de supervivencia económico, marginando por completo cualquier noción ética. De hecho, muchos de los objetos que compramos están dise-

ñados de forma intencionada para que se rompan, descompongan o dejen de funcionar coincidiendo con la expiración del período de garantía. En general, el hecho de que de pronto se nos estropee el móvil, el ordenador, la cámara digital o la televisión no es un accidente. Es el resultado de una estrategia de fabricación bien pensada, denominada «obsolescencia planificada».<sup>18</sup>

Esta es la razón por la que la gente que lleva más tiempo viviendo se sorprende al constatar cómo los productos de hoy —supuestamente producidos mediante procesos y mecanismos alineados con los últimos avances tecnológicos— duran muchísimo menos que los fabricados hace medio siglo. Es frecuente escuchar la comparación que se hace entre los coches contemporáneos y los automóviles de los años cincuenta, muchos de los cuales siguen transportando —a su manera— a personas en países como Cuba.

Sin embargo, ni siquiera a través de esta estrategia el nivel de consumo alcanza los ratios necesarios para lograr la autopreservación de las organizaciones y, en consecuencia, del sistema sobre el que estas operan. De ahí que las empresas —por medio del marketing y la publicidad— motiven a la sociedad a comprar, desechar y reemplazar sus bienes de consumo a un ritmo cada vez más acelerado. El objetivo es infundir en los consumidores «el deseo de poseer productos más nuevos, un poco mejores y un poco antes de lo necesario».<sup>19</sup> A este fenómeno psicológico se le denomina «obsolescencia percibida».<sup>20</sup>

Curiosamente, la propaganda de la sociedad de consumo actual ha llegado a convencernos de que, llegado el caso, desechemos objetos que todavía son perfectamente útiles. Es decir, de que tomemos decisiones alineadas con nuestros caprichos y deseos —cuyo canon suele estar determinado por la moda—, dejando en un segundo plano el sentido común, que es el que nos permite utilizar el dinero para saciar nuestras verdaderas

necesidades. La paradoja es que el deseo nos enchufa a una ficción construida sobre lo que no tenemos, impidiéndonos valorar y disfrutar lo que sí está a nuestro alcance.

La quinta y última fase de la economía de los materiales es el «desecho». Es decir, el proceso de destrucción de las toneladas de basura que acumulamos cada día. Actualmente, lo más común es incinerarla o enterrarla, lo que a su vez daña gravemente la salud del planeta. Si bien el reciclaje es un proceso en auge, todavía está lejos de solventar este problema. Además, no es ni mucho menos la solución para dejar de contaminar la biosfera. Debido al impacto tan destructor que tiene la economía sobre la naturaleza, nuestro objetivo como especie no ha de ser reciclar más, sino desechar menos.

Así, lo que necesitamos es un cambio de modelo socioeconómico que no esté basado en producir, utilizar y tirar. Primordialmente porque se estima que de todos los materiales que intervienen en el proceso de extracción, producción, distribución y consumo, solo el 1 por ciento sigue estando en uso seis meses después de ser vendido.<sup>21</sup> Es decir, que el 99 por ciento restante se transforma en basura, provocando que el mundo esté convirtiéndose —de manera lenta pero inexorable— en un gigantesco vertedero.

*Nuestra sociedad de consumo es, en esencia,  
una sociedad de destructores, dilapidadores y  
agotadores de recursos naturales*

ANNIE LEONARD