Unidad 3

- La personalidad y el comportamiento del consumidor

La personalidad y el comportamiento del consumidor

La personalidad es la
suprema realización
de la individualidad
innata de un ser
viviente específico.

Carl Gustov-Jung W;.1961

Sobre el desarrollo de la personalidad 1932, V. 17. 195.

Los mercadólogos durante mucho tiempo han estado intrigados por la posibilidad de llamar la atención de los consumidores en términos de las características de su personalidad. Han creído que lo que compran los consumidores, cuándo y cómo lo consumen, probablemente es porque están influenciados por los factores de su personalidad. Por esta razón, la gente de publicidad y mercadotecnia con frecuencia ha mostrado (o enfocado) personalidades específicas del consumidor en sus mensajes publicitarios. Algunos ejemplos recientes son el llamado de la Guardia Nacional Aérea a un status social (encabezado: "¿Cuándo fue la última vez que sentiste realmente que pertenecías al grupo?"). El llamado de Code West (calzado) a una sensación de "amor a la diversión" (encabezado: "Estoy aquí para vivir intensamente", por Emilio Zolá), Baume & Mercier (relojes finos) hace un llamado a la sensación de liderazgo (encabezado: "Seguidores o líder..."), el llamado de Liz Claiborne (perfumes) al individualismo (encabezado: "Todo lo que tienes que hacer es ser tú misma"), el llamado de Gordon's Gin a una sensación de sociabilidad (encabezado: `Buenos tiempos y Gordon's Gin"), el llamado de Paul Mitchell (productos para el cuidado del cabello) a un sentimiento de autoaceptación (encabezado: "Sé lo que quieras ser, pero siempre sé tú mismo"), el llamado de White Rain (champú y acondicionador) a una sensación de control personal (texto: "Tu madre no te consintió, tu padre no te consintió. Tus abuelos no te consintieron. A veces tú tienes que hacerte cargo de las cosas.").

Este capítulo está diseñado para proporcionar al lector una visión de la relación entre la personalidad y diversos aspectos del comportamiento del consumidor. Examina lo que es la personalidad, y como se interrelaciona con otros conceptos del comportamiento del consumidor. Revisa varias teorías importantes sobre la personalidad, y describe como éstas han estimulado el interés de la mercadotecnia en el estudio de la personalidad del consumidor. El capítulo también explora cómo los conceptos relacionados de ser y autoimagen influyen en las actitudes y comportamiento del consumidor.

¿QUÉ ES LA PERSONALIDAD?

Se ha enfocado el estudio de la personalidad por los teóricos, en una diversidad de formas. Algunos han enfatizado la doble influencia de la herencia y las experiencias de la primera infancia en el desarrollo de la personalidad; otros han destacado influencias sociales y ambientales más amplias, y el hecho de que las personalidades se desarrollan continuamente a través del tiempo. Algunos teóricos prefieren concebir a la personalidad como un todo unificado. Otros se enfocan en rasgos específicos. La amplia variación de los puntos de vista hace difícil poder llegar a una definición. Sin embargo, proponemos que se defina la personalidad como aquellas características psicológicas internas que tanto determinan congo reflejan la forma en que una persona responde a su ambiente.

El énfasis en esta definición está puesto sobre las características internas -aquellas cualidades, atributos, rasgos, factores y peculiaridades específicas que distinguen a un individuo de los demás. Como se analizará más adelante en el capítulo, las características profundamente arraigadas que nosotros llamamos personalidad, es posible que influyan en la selección del producto que realiza el individuo (y hasta en ciertas selecciones de marca); también afectan la forma en que el consumidor responde a los esfuerzos promocionales de una empresa, y cuándo, dónde, y cómo consume productos o servicios específicos. Por tanto, la identificación de características específicas de la personalidad asociadas con el comportamiento del consumidor, puede ser de gran utilidad en el desarrollo de las estrategias de segmentación de un mercado de una empresa.

Naturaleza de la personalidad

En el estudio de la personalidad, hay tres propiedades distintas que tienen una importancia fundamental: (1) la personalidad refleja las diferencias individuales; (2) la personalidad es consistente y perdurable; y (3) la personalidad puede cambiar.

La personalidad refleja las diferencias individuales. En virtud de que las características internas que constituyen la personalidad de un individuo son una combinación única de factores, no existen dos individuos que sean exactamente iguales. No obstante, muchos individuos tienden a ser similares en términos de una característica de la personalidad. Por ejemplo, se puede describir a muchas personas como “altas” en sociabilidad (el grado de interés que muestran en actividades sociales o de grupo), mientras se puede describir a otras como “bajas” en sociabilidad. La personalidad es un concepto útil, porque nos permite categorizar a los consumidores sobre la base de un solo rasgo o unos pocos rasgos. Si toda persona fuera diferente en todos sus aspectos, sería imposible agrupar a los consumidores en segmentos, y habría poca razón para desarrollar productos estandarizados y campañas promocionales.

La personalidad es consistente y perdurable. Se piensa que la personalidad de un individuo es tanto consistente como perdurable. En verdad, la madre que contenta que su hijo “ha sido terco desde el día en que nació”, está apoyando la afirmación (te que la personalidad tiene tanto consistencia como duración. Ambas cualidades son

esenciales para que los mercadólogos puedan explicar o prever el comportamiento del consumidor en términos de personalidad.

La naturaleza estable de la personalidad sugiere que no es razonable el hecho de que los mercadólogos intenten cambiar la personalidad de los consumidores, para que se ajusten a determinados productos. Cuando mucho, pueden aprender cuáles características de la personalidad influyen en las respuestas específicas de los consumidores, e intentar atraerlos de acuerdo con los rasgos relevantes inherentes en el grupo de consumidores que es su objetivo.

Aun cuando la personalidad de un individuo pueda ser consistente, su comportamiento en el consumo a menudo varía de manera considerable a causa de factores psicológicos, socioculturales y ambientales que afectan su comportamiento. Por ejemplo, aunque la personalidad de un individuo pueda ser estable en gran parte, las necesidades o motivos específicos, las actitudes, reacciones a presión del grupo, y hasta sus respuestas a marcas recientemente disponibles, pueden ocasionar un cambio en el comportamiento de la persona. La personalidad es sólo una de una combinación de factores que influyen en el comportamiento del consumidor.

La personalidad puede cambiar. Aunque la personalidad tiende a ser consistente y perdurable, todavía puede cambiar de acuerdo con ciertas circunstancias. Por ejemplo, se puede alterar la personalidad de un individuo por los eventos principales que han tenido lugar en su vida, como el nacimiento de un hijo, la muerte de un ser querido, el divorcio, un ascenso importante en su carrera. La personalidad de un individuo cambia no sólo en respuesta a los eventos súbitos, sino también como parte de un proceso gradual de maduración.

TEORÍAS DE LA PERSONALIDAD

Esta sección revisa de manera breve cuatro teorías principales sobre la personalidad: (1) la teoría freudiana; (2) la teoría jungiana; (3) la teoría neo-freudiana; y (4) la teoría de los rasgos. Se han escogido estas teorías entre muchas otras sobre la personalidad, porque cada una de éstas ha tenido un papel prominente en el estudio de las relaciones entre el comportamiento del consumidor y la personalidad.

Teoría freudiana

La teoría psicoanalítica de la personalidad, de Sigmund Freud, es la piedra angular de la psicología moderna. Esta teoría fue construida sobre la premisa de que necesidades o impulsos inconscientes, en especial los impulsos sexuales y otros impulsos biológicos, están en el corazón de la motivación y personalidad humana. Freud construyó su teoría sobre la base de los recuerdos que sus pacientes tenían de experiencias en su niñez, el análisis de sus sueños, y la naturaleza específica de sus problemas de ajuste mental y físico.

Id, superego y ego. Basado en sus análisis, Freud propuso que la personalidad humana consiste en tres sistemas interactuantes -el id, el superego y el ego. Se conceptualizó al id como un “almacén” de fuerzas primitivas e impulsivas -necesidades fisiológicas básicas, como sed, hambre y sexo- para las que el individuo busca una

satisfacción inmediata, sin preocuparse de los medios específicos de satisfacción. Los anuncios para la fragancia Animale (véase las figuras 5-1A y B) capturan las “fuerzas” emocionales asociadas con los impulsos primitivos del id. El anuncio que corresponde a la figura 5-1A (que apareció en la más reciente edición de este libro) decididamente es más primitiva en términos del maquillaje de la modelo. En contraste, el anuncio que corresponde a la figura 5-1B todavía sigue siendo muy misterioso (dada la pose de acecho y los ojos verdes de la modelo); también agrega las palabras “puro instinto” para darle un golpe más fuerte “semejante al id”. En ambos anuncios hay un fuerte “animalismo” emocional en la apariencia de las modelos. (También es interesante observar que las últimas cuatro letras del nombre del perfume significan “macho”.)

En contraste con el id, se conceptualiza al superego como la expresión interna del individuo a los códigos morales y éticos de conducta de la sociedad. El papel del superego es hacer que el individuo satisfaga sus necesidades en una forma social aceptable. De manera que el superego es una especie de “freno” que restringe o inhibe las fuerzas impulsivas del id.

Por último, el ego es el control consciente del individuo. Funciona como un vigilante interno que intenta balancear las demandas impulsivas del id con las restricciones socioculturales del superego. La figura 5-2 representa la relación entre los tres sistemas interactuantes.

Etapas del desarrollo de la personalidad. Además de especificar una estructura para la personalidad, Freud enfatizó que la personalidad de un individuo se forma conforme atraviesa las distintas etapas del desarrollo en la infancia y la niñez. Estas son las etapas oral, anal, fálica, latente, y genital. Freud nombró cuatro de estas etapas de desarrollo para que se conformaran al área del cuerpo en la que él creía que se enfocaban los instintos sexuales del niño al atravesar dichas etapas.

ETAPA ORAL. El bebé experimenta primero el contacto social con el mundo exterior a través de la boca (por ejemplo, cuando come, bebe, mama). Se desarrolla una crisis al final de esta etapa cuando se desteta al niño del pecho de la madre o de la botella.

ETAPA ANAL. Durante esta etapa, la fuente primordial de placer del niño es el proceso de eliminación. Una segunda crisis se desarrolla al final de esta etapa, cuando los padres procuran enseñar al niño el uso del excusado.

ETAPA FALICA. El niño siente placer sexual autoorientado durante esta fase, con el descubrimiento de sus órganos sexuales. Ocurre una tercera crisis cuando el niño siente deseo sexual por el progenitor del sexo opuesto. La forma en que el niño resuelve esta crisis afecta las relaciones posteriores con las personas del sexo opuesto y con figuras de autoridad.

FIGURA 5-1 A Y B Evolución de anuncios que representan las "fuerzas" del yo.
Cortesía de Parlux Fragrances, Inc.

A B

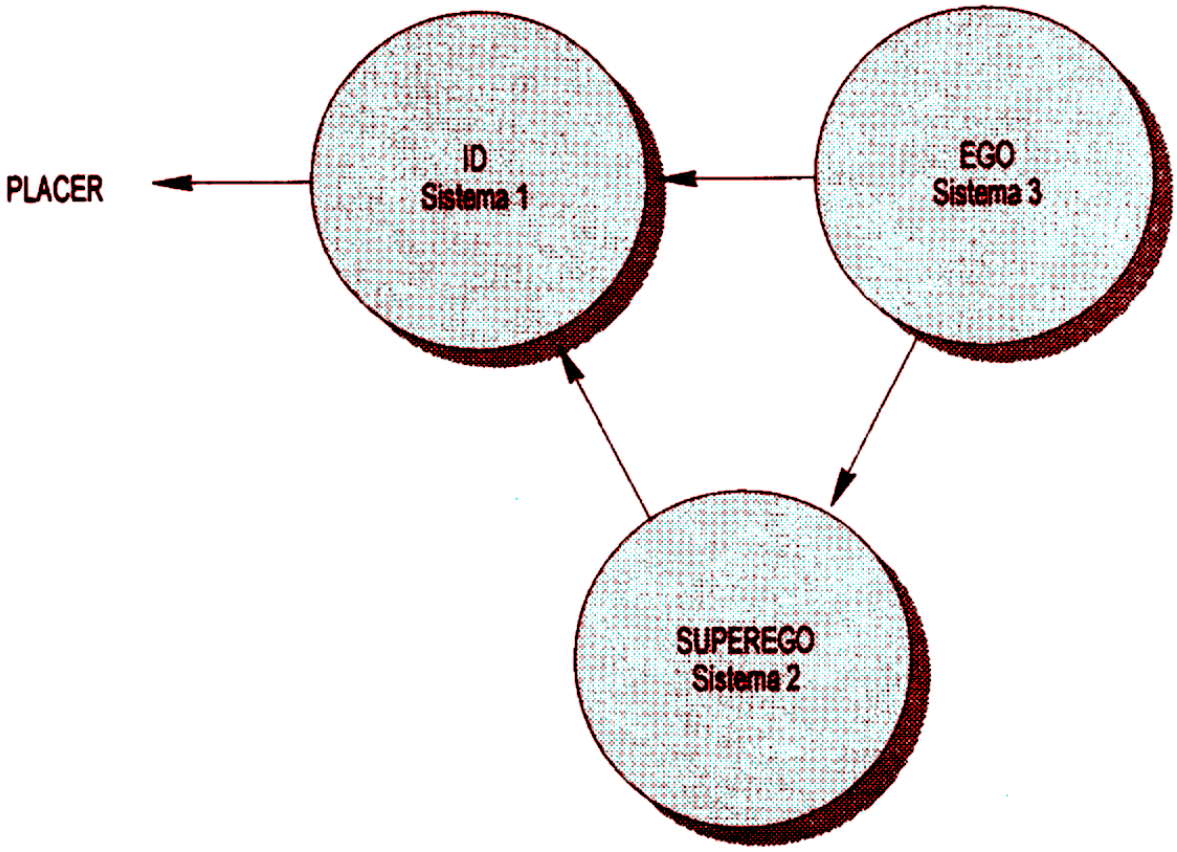
ETAPA LATENTE. Freud creía que los instintos sexuales del niño están adormecidos desde alrededor de la edad de cinco años hasta el principio de la adolescencia, y que no ocurren cambios importantes en la personalidad durante este tiempo.

ETAPA GENITAL. En la adolescencia, el individuo desarrolla un interés sexual en personas del sexo opuesto, más allá de un amor narcisista y del amor por sus padres.

De acuerdo con Freud, la personalidad de un adulto queda determinada por la habilidad con que enfrenta las crisis que experimenta al pasar a través de cada una de estas etapas (en especial las primeras tres). Por ejemplo, si no se satisfacen en forma adecuada las necesidades orales de un niño en su primera etapa de desarrollo, la persona puede quedar fijada en esta etapa, y como adulto mostrará una personalidad que incluye rasgos como dependencia y una actividad oral excesiva (por ejemplo, masticar chicle y fumar). Si un individuo queda fijado en la etapa anal, la personalidad como adulto puede mostrar otros rasgos, como una necesidad excesiva de pulcritud.

La teoría freudiana y la "personalidad de producto". Los investigadores que aplican la teoría psicoanalítica de Freud al estudio de la personalidad del consumidor, tienden a enfatizar la idea de que los impulsos humanos en gran parte son inconscientes, y que los consumidores no se dan mayormente cuenta de sus verdaderas razones para adquirir lo que compran. Estos investigadores tienden a enfocarse en las compras del consumidor y/o situaciones de consumo, tratándolas como un reflejo y una extensión de la propia personalidad del consumidor. En otras palabras, la apariencia y posesiones personales -qué tan arreglado es uno, la ropa que se usa, lo que se lleva, y lo que se exhibe- se toman para reflejar la personalidad del individuo. (la relación entre la forma en que los consumidores perciben los productos o marcas que utilizan, y la forma como son ellos mismos, se considerará más adelante en este capítulo como parte del análisis de uno y las autoimágenes.)

FIGURA 5-2 Una representación de las interrelaciones entre el Id, el Ego y el Superego



PERSONALIDAD DE MARCA. Los consumidores tienden a adscribir diversos rasgos o características descriptivas "como de personalidad" -los ingredientes de personalidades de marca- a diferentes marcas en una gran variedad de categorías de producto. Una breve historia de Mr. Coffee, el principal mercadólogo de cafeteras percoladoras automáticas, ilustra este fenómeno. Un beneficio inesperado de los grupos focales de consumidores patrocinados por la compañía, fue la observación de que los consumidores se referían a Mr. Coffee como si el producto fuera una persona (por ejemplo, "él hace buen café", "él tiene muchos diferentes modelos y precios"). Después de una cuidadosa consideración, los mercadólogos decidieron explorar la

posibilidad de personificar la marca -que ya tenía algo de personificación, ciado el “Mr.” en el nombre “Mr. Coffee”. La investigación inicial de los consumidores indicó que se veía a “Mr. Coffee” como una persona: “confiable”, “amistoso”, “eficiente”, e “inteligente/ listo”. También se imaginaba a Mr. Coffee como que se parecía a los actores Gregory Peck, Robert Young (de Father Knows Best), o Andy Griffith; a “él” se le veía además, con un trasfondo científico o matemático, poseedor de un “espíritu inventivo”, y “práctico y prudente”.

Basándose en estas percepciones y otras que se encontraron en la investigación, así como en las metas de expansión del producto, se decidió que se personificaría a Mr. Coffee como un “inventor práctico”. La agencia publicitaria inclusive creó un perfil biográfico de Mr. Coffee, que comienza con:

> *“Nació el 18 de septiembre de 1938, en Chagrin Falls, Ohio, hijo mayor de tres (dos niñas, un niño), de Harold y Betty Coffee, inmigrantes de segunda generación de Francia (cuyo apellido fue cambiado de DeCouvier en la isla Ellis).”*

Por último, la agencia publicitaria Meldrum & Fewsmith Communications creó una campaña publicitaria por televisión que destacaba a la familia (esposa, hermana y padres) y “otros” (por ejemplo, su maestra de arte en la escuela primaria), que contaban al teleauditorio sus recuerdos y reflexiones sobre “Mr. Coffee” (véase la figura 5-3).

Otro ejemplo de personificación de marca: Burberrys, el famoso minorista inglés de ropa y accesorios de vestir, fabricó una personalidad de marca para el perfume Society, que utiliza una campaña de anuncios impresos que combina la figura y las palabras para señalar a la marca como la representación física del “buen gusto”, “elegancia”, y “refinamiento de buenos modales”.' La frase clave, “Usted nació para ello”, daba a entender que los consumidores que utilizaban Society compartirían las cualidades regias de la marca.

Los consumidores no sólo adscriben rasgos de personalidad a productos y servicios, también tienden a asociar los factores de personalidad con colores específicos. Por ejemplo, se asocia el amarillo con la “novedad”, y el negro con frecuencia connota “sofisticación”.' Por esta razón, las marcas que desean crear una persona sofisticada (por ejemplo, los jugos Minute Maid o Pasta LaBella) o una imagen de alto nivel o de alto valor (por ejemplo, Miller Reserve, de Miller Beers) utilizan membretes o envases que son primordialmente negros. La figura 5-4 muestra cómo el color negro unido a un encabezado que lo refuerza, (“Hay millones de bebedores de café que son gourmets en Estados Unidos. Pero sólo un café es el mejor para ellos.”), crean una sensación de sofisticación y exclusividad para el café molido Melitta PREMIUM.

FIGURA 5-3 Transparencias de un comercial de TV que caracteriza a amigos y parientes de Mr. Coffee

Cortesía de Mr. Coffee v Meldrum & Fewsmith Communications

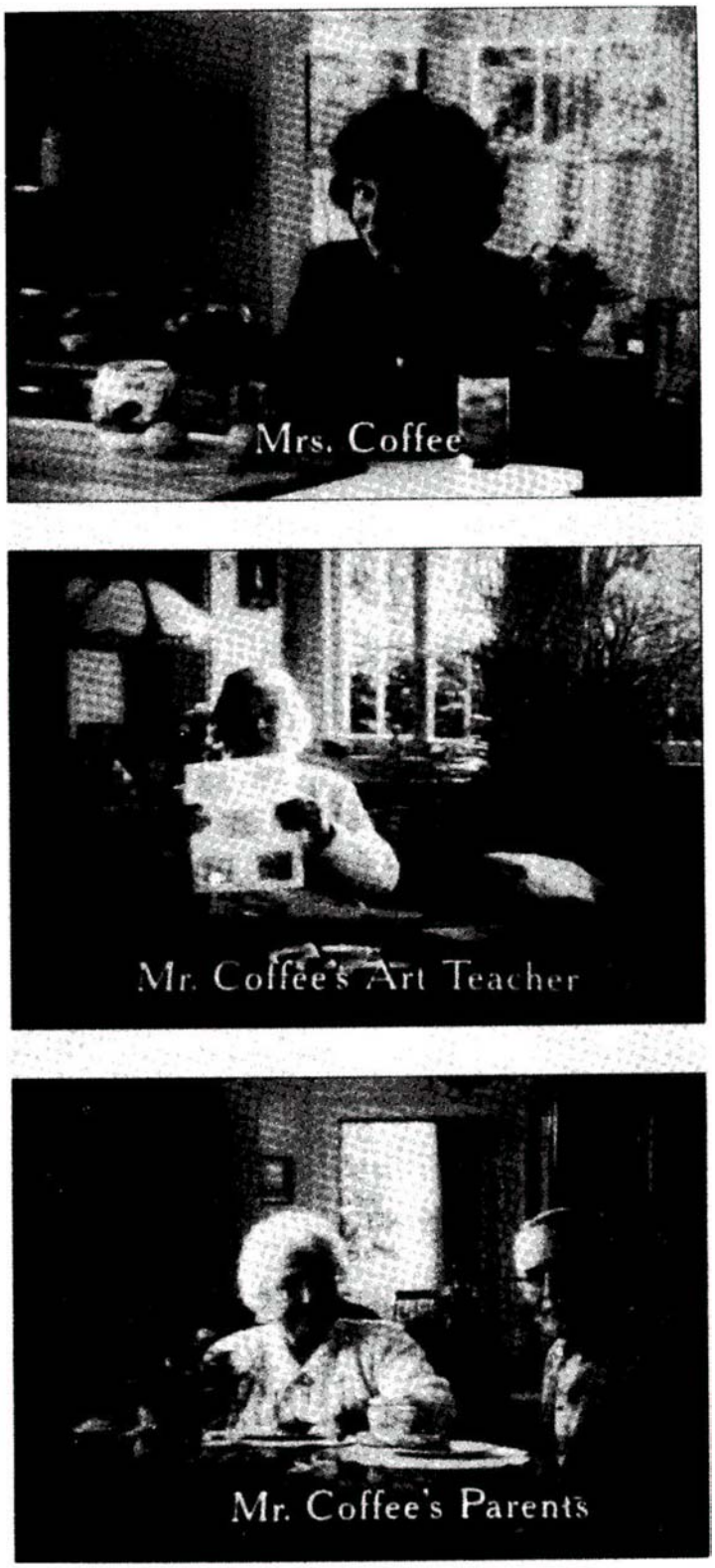
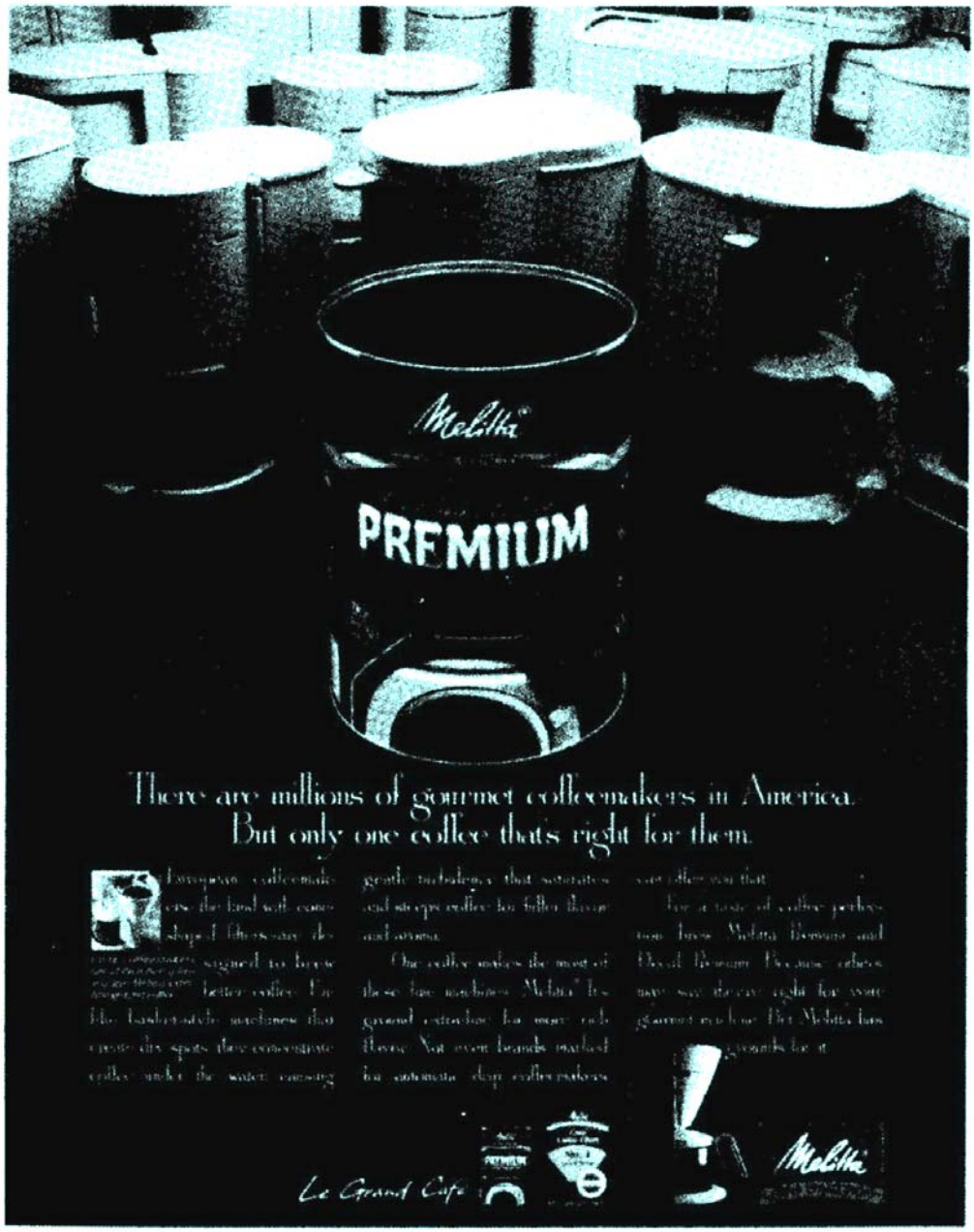


FIGURA 5-4 Anuncio que utiliza el color negro para crear un sentido de sofisticación
Cortesía de Melitta North America, Inc.



En algunos casos, varios productos, inclusive marcas, están asociadas con un color específico con connotaciones semejantes a la personalidad. Por ejemplo, Coca-Cola está asociada con el rojo, que connota emoción. La tabla 5-1 presenta una lista de diversos colores, sus significados semejantes a la personalidad, y percepciones asociadas con ellos en la mercadotecnia. Para descubrir estas percepciones, los investigadores utilizan diversas técnicas de medición cualitativas, como observación, grupos focales, entrevistas a profundidad, y técnicas proyectivas (que se presentaron en el capítulo 2).

Tipos de personalidad junguianas

Carl Jung fue contemporáneo y colega de Freud. Su contribución a la psicología moderna es muy extensa; sin embargo, sus teorías y percepciones relacionadas con los tipos de personalidad, son en especial relevantes para el comportamiento del consumidor.' Los tipos de personalidad de Jung han sido en especial útiles para los mercadólogos por los Indicadores Tipo Myers-Briggs (un inventario de personalidad) que mide los siguientes pares de dimensiones psicológicas inspiradas por Jung: (1) sensaciones-intuitivo; (2) pensante-sentimientos; (3) extrovertido-introvertido; (4) juzgador-percepciones.

TABLA 5-1 Las asociaciones a semejanza de la personalidad de colores seleccionados

COLOR	VINCULACIÓN CON LA PERSONALIDAD	PERCEPCIONES DE LA MERCADOTECNIA
Azul	Impone respeto, autoridad	• El color favorito de Estados Unidos • IBM tiene los derechos al azul • Asociado con club soda • Los hombres buscan productos empacados en azul • Se evitan las casas pintadas en azul • Leche desnatada, de pocas calorías • Se percibe al café en lata azul como “suave”
Amarillo	Precaución, novedad, temporal, cálido	• Los ojos lo distinguen con mayor rapidez • El gusto del café en latas amarillas era “débil” • Detiene el tráfico • Vende una casa
Verde	Seguro, natural, relajado, calmado, cosas vivas	• Buen ambiente de trabajo • Asociado con verduras y chicle • Las ventas de Ginger A e Canada Dry aumentaron cuando cambió su presentación libre de azúcar, de rojo a verde y blanco
Rojo	Humano, emocionante, cálido, apasionado, fuerte	• Hace que los alimentos “huelan” mejor • Se percibe al café en una lata roja como “rico” • La mujeres tienen preferencia por el rojo azulado • Los hombres tienen preferencia por el rojo amarillento • La Coca Cola “es dueña” del rojo
Anaranjado	Poderoso, lujo al alcance, informal	• Llama rápidamente la atención
Café	Informal y relajado, masculino, naturaleza	• El café en una lata café obscuro estaba “demasiado fuerte” • Los hombres buscan productos con

		presentación en café
Blanco	Bondad, pureza, castidad, limpieza, delicadeza refinamiento, formalidad	• Sugiere reducción de calorías • Alimentos puros y saludables • Limpio, productos de tocador, feminidad
Negro	Sofisticación, poder, autoridad, misterio	• Vestuario poderoso • Aparatos electrónicos de alta tecnología
Plata, oro, platino	Regio, opulencia, aire imponente	• Sugiere un precio superior

Fuente: adaptado de Bernice Kanner, "Color Schemes', New York Magazine, 3 de abril, 1989, 22-23; Derechos Reservados 1989 Bernice Kanner. Reimpreso con permiso de Los Angeles Times Syndicate.

Cada uno de estos cuatro pares de dimensiones reflejan dos características de personalidad bastante diferentes, que ofrecen un cuadro de la forma en que los consumidores responden al mundo a su alrededor. El intento de vincular cada dimensión psicológica de cada uno de los pares con cada dimensión psicológica de todos los pares restantes, daría por resultado un número excesivo de combinaciones de tipos de personalidad como para que el estudio fuera productivo. Para evitar esta extrema complejidad, un investigador del consumidor exploró recientemente la relevancia para el consumo de sólo dos pares de dimensiones (por ejemplo, sensaciones-intuitivo, y pensante-sentimientos).' Las dimensiones de sensación (S) e intuición (N) muestran cómo los consumidores saben acerca de las "cosas" (obtención y procesamiento de información), y las dimensiones pensante (T) y sentimientos (F), son formas opuestas de tomar decisiones (estilos de decisión). Al tabular en forma cruzada las características específicas de los dos pares de dimensiones psicológicas, se derivan cuatro posibles tipos de personalidad (tabla 5-2). La tabla 5-3 resume las características principales de cada uno de estos cuatro tipos jungianos de personalidad. Por medio de un inventario psicológico como los Indicadores Tipo Myers-Briggs, o por medio de la creación de un inventario de personalidad específico del consumidor, es posible comprender la forma como estos cuatro tipos de personalidad impactan sobre el procesamiento de información del consumidor, su toma de decisiones, y otros temas relacionados con el consumo -todas son percepciones relacionadas con la personalidad, que permitirán a los mercadólogos satisfacer mejor las necesidades del consumidor.

Por ejemplo, imaginemos a cuatro individuos (que corresponden a los cuatro tipos de personalidades jungianas), que se enfrentan a la decisión de invertir en la compra de algunas acciones. Los tipos ST y SF (los sensores) tenderían a estudiar a conciencia los balances y el desempeño financiero para cerciorarse de los datos. Sin embargo, el consumidor ST (sensor-pensante) llegaría a su propia decisión y podría por último utilizar a un corredor de bolsa. En contraste, el consumidor SF (sensaciones-sentimientos) querrá incluir las recomendaciones de otras personas como parte de su decisión, y sería muy posible que utilizara una institución que le brinda todos los servicios financieros. Sería muy posible que los consumidores NT y NF hicieran sus selecciones intuitivamente o en términos de una "corazonada". Los consumidores NT confiarían mucho en su imaginación, pero estudiarían con mucho cuidado todas las opciones. Aunque los consumidores NF también confiarían en su imaginación en

términos de tomar en cuenta todas las opciones, se podría esperar que la decisión final reflejara las aportaciones de otras personas (por ejemplo, comentarios que se alcanzan a escuchar en algún ambiente social, como en un cóctel).

Es posible que los ejecutivos de publicidad y mercadotecnia hayan empleado de forma intuitiva algunos de estos tipos jungianos de personalidad, al crear mensajes enfocados al consumidor. Por ejemplo, la figura 5-5 presenta un anuncio en apariencia dirigido a los tipos jungianos (ST), sensores-pensantes. El encabezado para el anuncio de Fidelity Brokerage-" Cuando es mi Propia Buena Idea, Merezco Ahorrar Dinero"-se dirige a las características de una persona Sensora-Pensante. El texto en el cuerpo del anuncio refuerza el encabezado.

La teoría neo-freudiana de la personalidad

Varios de los colegas de Freud no estuvieron de acuerdo con su argumentación de que la personalidad fundamentalmente es de naturaleza instintiva y sexual. Al contrario, estos neo-freudianos creían que las relaciones sociales son fundamentales para la formación y desarrollo de la personalidad. Por ejemplo, Alfred Adler concebía a los seres humanos como procurando alcanzar diversas metas racionales, que él llamaba estilo de vida. También dio mucho énfasis a los esfuerzos del individuo para vencer sus sentimientos de inferioridad (esto es, que luchara por lograr la superioridad).

TABLA 5-2 Tipos seleccionados de personalidad junguiana

	Pensante (T)	**Sentimientos (F)**
Sensaciones (S)	Sensaciones-pensante (ST)	Sensaciones-sentimientos (SF)
Intuitivo (N)	Intuitivo-pensante (NT)	Intuitivo-sentimientos (NF)

TABLA 5-3 Características resumidas de los tipos seleccionados de personalidad junguiana

Sensaciones-pensantes (ST)

- Es racional en su toma de decisiones
- Lógico y empírico en sus puntos de vista
- Toma sus decisiones siguiendo una orientación "objetiva"
- Pesan mucho las consideraciones económicas -muy sensible a los precios
- Hará un esfuerzo considerable para buscar información para la toma de decisiones
- Evita riesgos
- El materialismo refleja motivos personales o privados (esto es, se identifica con objetos o "cosas" materiales)
- Horizonte de corto plazo al tornar decisiones

Sensaciones-sentimientos (SF)

- Punto de vista empírico
- Impulsado más por valores personales que por la lógica
- Toma decisiones siguiendo una orientación "subjetiva"
- Es probable que tome en cuenta a otras personas al tomar una decisión

- Comparte el riesgo con otros
- Su materialismo se refleja en la forma en que los objetos impactarán en otras personas (esto es, está consciente del estatus)
- Horizonte de corto plazo para tomar decisiones

Intuitivo-pensante (NT)

- Tiene una visión amplia cíe la situación personal o del mundo
- Confía fuertemente en su imaginación, pero utiliza la lógica al acercarse a la toma de decisiones
- Se imagina un amplio campo de opciones al tomar decisiones
- Pondera mentalmente las opciones
- Dispuesto a tomar riesgo o decisiones especulativas
- Horizonte de largo plazo para tomar decisiones

Intuitivo-sentimientos (NF)

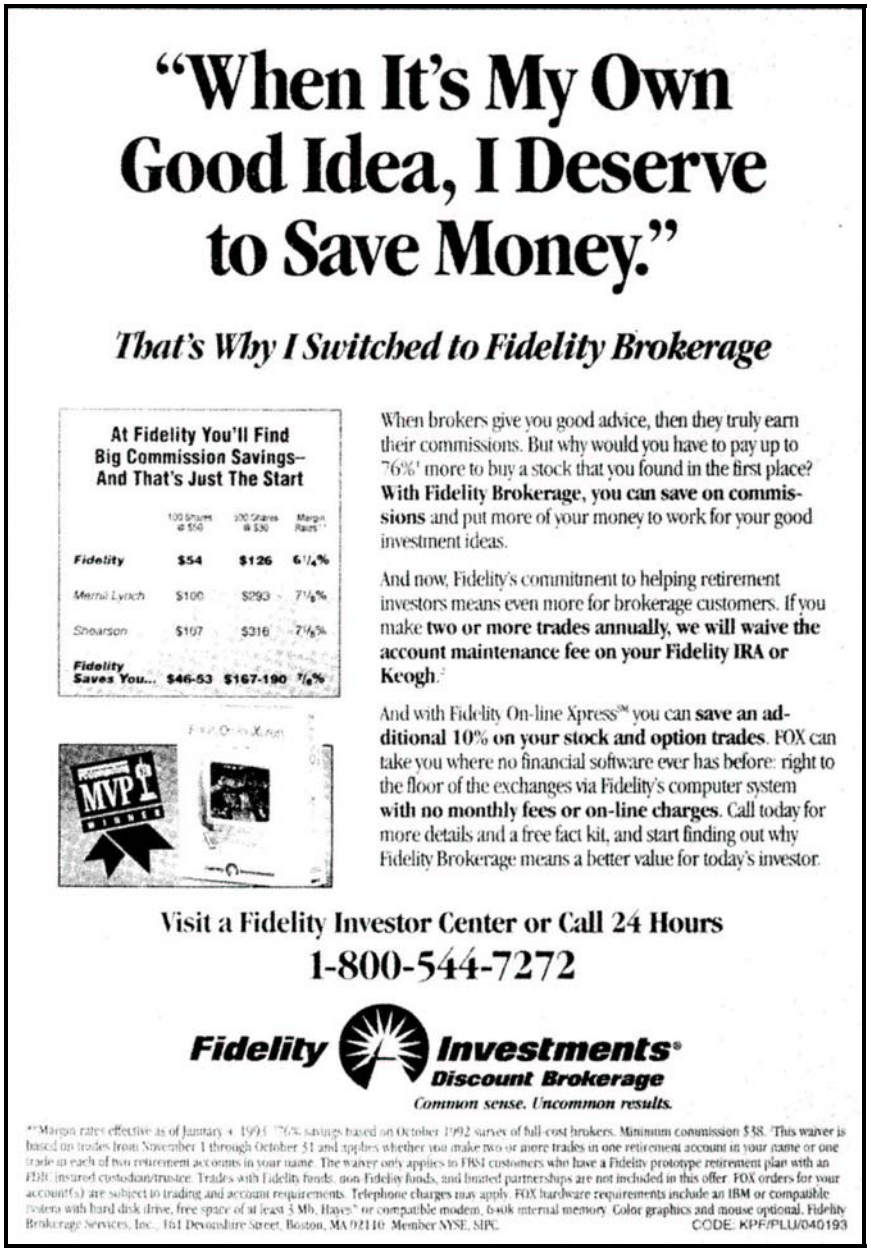
- Tiene una amplia visión de la situación personal o del mundo
- Se imagina un amplio campo de opciones al tomar una decisión
- Sumamente "orientado a la gente" es probable que tome en cuenta los puntos de vista de otras personas
- Toma decisiones después de una orientación subjetiva
- Es el menos sensible a los precios
- Busca riesgos (aventurero y buscador de novedades)
- Horizonte de tiempo indefinido para tomar decisiones

Fuente: adaptado de Steven J. Gould, Jungian Analysis and Psychological Tapes: An Interpretive Approach To Consumer Choice Behavior', Advances In Consumer Research 18, Rebecca H. Holman y Michael R. Solomon, editores, (Provo, UT: Association For Consumer Research, 1991), 743-748. Reimpreso con permiso.

Harry Stack Sullivan, otro neo-freudiano, recalcaba el hecho de que la gente de forma continua procura establecer relaciones significativas y provechosas con otras personas. El se preocupaba en especial de los esfuerzos del individuo para reducir las tensiones, como la ansiedad.

Al igual que Sullivan. Karen Horney también estaba interesada en la ansiedad. Ella se enfocó en el impacto de las relaciones niño progenitor, en especial en el deseo del individuo de vencer los sentimientos de ansiedad. Horney propuso que se clasificaran a las personas en tres grupos de personalidades: condescendiente, agresivo e independiente."

FIGURA 5-5 Anuncio enfocado en el tipo Junguiano sensor pensante (ST)
Cortesía de Fidelity Brokerage Services, Inc.



1. Los individuos condescendientes son aquéllos que se mueven hacia otros (desean ser amados, queridos y apreciados).
2. Los individuos agresivos son aquéllos que se mueven contra otros (desean sobresalir y ganar la admiración).
3. Los individuos independientes son aquéllos que se mueven alejándose de otros (desean la independencia, autosuficiencia y libertad de obligaciones).

Se ha desarrollado y probado un examen de personalidad basada en la teoría de Horney (esto es, el CAD) dentro del contexto del comportamiento del consumidor. La

investigación inicial de CAD descubrió la existencia tentativa de ciertas relaciones entre las calificaciones de estudiantes universitarios y sus patrones de uso de productos y marcas. Por ejemplo, los estudiantes muy condescendientes preferían productos con un nombre establecido, como la aspirina Bayer; los estudiantes clasificados como agresivos mostraban preferencia por el desodorante Old Spice sobre otras marcas (aparentemente debido a su atracción masculina); y los estudiantes muy independientes demostraron ser fuertes bebedores de té (posiblemente reflejando su deseo de no ser conformistas).

Es posible que muchos mercadólogos hayan empleado en forma intuitiva algunas de estas teorías neo-freudianas. Por ejemplo, los mercadólogos que posicionan sus productos o servicios como artículos que suministran una oportunidad para pertenecer o ser apreciados por otros en un grupo o ambiente social, parecería que están guiados por la caracterización de Horney de un individuo condescendiente. La figura 5-6 muestra un anuncio para la Guardia Nacional Aérea; su encabezado, "¿cuándo fue la última vez que sentiste que en realidad pertenecías al grupo?" lo enfoca directo al individuo condescendiente.

Teoría de los Rasgos

La teoría de los rasgos ha evolucionado para constituirse en un cuerpo teórico separado de las medidas básicamente cualitativas que tipifican a los movimientos freudianos y neo-freudianos (por ejemplo, la observación personal, experiencias reportadas por la persona involucrada, análisis de sueños, técnicas proyectivas).

La orientación de la teoría de los rasgos es primordialmente cuantitativa o empírica; se enfoca en la medición de la personalidad en términos de características psicológicas específicas, llamadas rasgos. Se define un rasgo como "... cualquier forma distintiva, relativa y permanente, en que un individuo difiere de otro". 10 En consecuencia, los teóricos de los rasgos se preocupan de la construcción de pruebas (o inventarios) de personalidad, que señalan con precisión las diferencias individuales en términos de rasgos específicos.

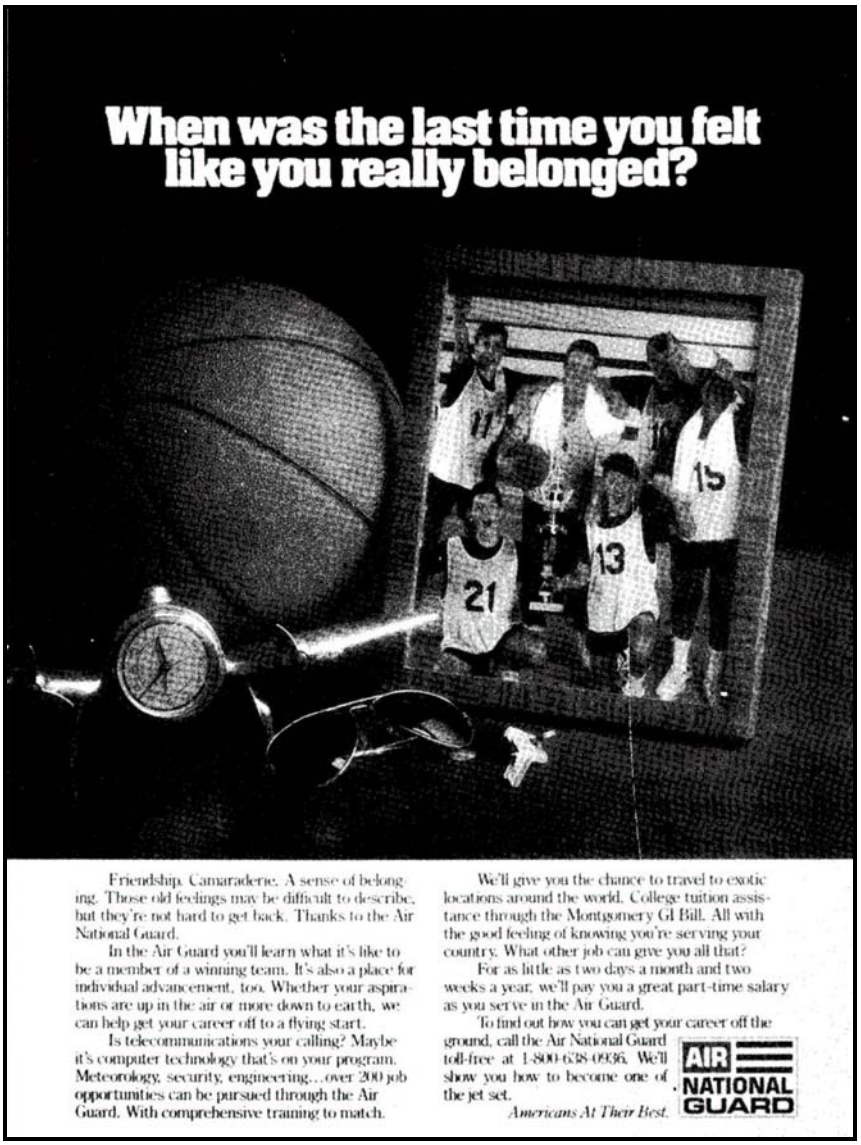
Cada vez más se están desarrollando pruebas de personalidad de un rasgo seleccionado (que mide un rasgo, como la autoconfianza) para su uso específico en estudios del comportamiento del consumidor. Estas pruebas de personalidad hechas a la medida miden rasgos como la innovatividad del consumidor (qué tan receptiva es una persona a nuevas experiencias), la susceptibilidad del consumidora la influencia interpersonal (SUSCEP -mide cómo los consumidores responden a la influencia social), el materialismo (valora el grado del apego del consumidor a las posesiones "mundanas') y el etnocentrismo del consumidor (SETSCALE -que identifica la probabilidad de que el consumidor acepte o rechace productos extranjeros)."

Con base en las experiencias obtenidas al utilizar los inventarios de personalidad para comprender el comportamiento relacionado con el consumo, los investigadores han aprendido que en general es más realista esperar que la personalidad esté vinculada a la forma en que los consumidores hacen sus selecciones y a la compra o consumo de una categoría amplia de producto, en lugar de que esté vinculada a una marca específica. Por ejemplo, es muy posible que exista una relación entre la

personalidad y el hecho de que un individuo tenga un horno de microondas o no, a que tal relación exista entre la personalidad y la marca del horno de microondas que tiene.

La siguiente sección muestra cómo se utilizan la medición de la personalidad para aumentar nuestra comprensión del comportamiento del consumidor.

Figura 5-6 Anuncio enfocado a la personalidad dócil
Cortesía de Air National Guard.



TEORÍA DE LA PERSONALIDAD

Es frecuente oír que alguien diga de otra persona: “Lo que le pasa es que no tiene personalidad”, o bien: “Es una señora con mucha personalidad”; expresiones como esta y otras muchas no tienen fundamento.

Ningún ser humano carece de personalidad, ni ' tampoco tiene mucha ni poca: TODOS TENEMOS PERSONALIDAD. Cada uno de nosotros somos diferentes a todos

los demás, y por consecuencia, no existen dos personalidades iguales ni dos humanos idénticos.

Pero, ¿qué es la personalidad? ¿Cómo la obtenemos? Esto es lo que vamos a estudiar a continuación, hasta donde sea posible, sin tecnicismos y evitando complicadas explicaciones en los problemas complejos.

La personalidad es el conjunto de rasgos físicos, biológicos y psicológicos, raciales y culturales, que nos hacen distintos a todos. La estatura, peso, aspecto, apariencia facial, color de la piel, tipo y color de cabello, etc. En lo biológico -que por otro lado es también parte de lo físico- la conformación de nuestros órganos como 1 corazón, cerebro, estómago, glándulas de secreción interna; así como el modo en que funcionan.

Lo racial es un término artificial, ya que razas en el estricto sentido de la palabra no existen, se refiere a las características particulares. que tienen los diferentes grupos sociales en lo que a las costumbres se refiere.

Aunque esto no debe ser tomado de un modo muy amplio, ya que tanto las unas como las otras aun en los grupos sociales más cerrados que se conocen a la fecha, varían en forma considerable no sólo de tribu a tribu, sino de familia a familia. Y estamos incluyendo también a las sociedades con el más alto grado de civilización.

ÉL NO ERA UN HOMBRE DE TEMPERAMENTO DULCE.

La Ilíada, refiriéndose a Aquiles.

Lo psicológico se refiere a nuestra manera de pensar, a la inteligencia y a la forma en que la usamos, en fin, al modo personal que tenemos de ver y entender al mundo. `

El temperamento, la personalidad y el carácter, aunque para muchas personas es lo mismo, el temperamento es la tendencia inicial de reacción frente a los estímulos ambientales y es la resultante directa de la constitución corporal, en tanto que el carácter es el tipo de reacción frente a los diferentes estímulos.

Un científico alemán del siglo XIX, Krestchmer, utilizó el término carácter con el fin de clasificar a los seres humanos en grupos claramente diferenciados por su aspecto, lo que él consideraba que determinaba la conducta, a esto, que él llamó “ciencia” lo denominó caracterología. Pero sus estudios no llevaron a nada científicamente válido.

Por último, entre los aspectos culturales podemos mencionar: el idioma, la religión, la ciudadanía, los hábitos familiares, el tipo de alimentación, el habitáculo, la ropa, los ritos, festividades, ceremonias, etc.

Este es uno de los problemas científicos a los que han dedicado gran cantidad de tiempo eminentes pensadores e investigadores, en busca de una respuesta adecuada, que todavía no es general y que, como todas las verdades científicas, será sustituida por una nueva verdad, más tarde o más temprano.

Hace ya varios siglos que en España se decía, cuando la Universidad de Salamanca era famosa en el mundo entero: LO QUE SALAMANCA NON DA, NATURA

NON LO PRESTA. Con. lo que se pretendía afirmar que aquello que traemos al nacer, será lo que nos determine.

Todavía hay muchos refranes populares y también muchas personas que aún mantienen esta posición. Por ejemplo, se dice: "El que nace para maceta del corredor no pasa"; otro afirma: "El que es perico donde quiera es verde".

Pero en los medios científicos las posiciones y los argumentos son distintos, y en ocasiones han provocado discusiones acaloradas y aun airadas disputas en las academias de ciencias de diversos países.

Se discutía apelando tanto a la ciencia como a la religión sobre la importancia relativa de lo que dio en llamarse natura contra nurtura, esto es, lo heredado contra lo adquirido. A partir de J. J. Rousseau se formó un numeroso grupo de hombres de ciencia que afirmaba que lo adquirido era lo que determinaba al hombre.

Desde entonces muchos connotados hombres de ciencia como Virchow, Margaret Mead, Erik Fromm, Watson, Skinner, en diferentes épocas y con distintos argumentos, sostuvieron el punto de vista de que lo adquirido es mucho más importante que lo heredado.

Watson dijo alguna vez que le dieran un grupo de niños recién nacidos y le dijeran qué querían que hiciera de ellos, si soldados, científicos, o cualquier tipo de hombre y que él lo haría.

Como la ciencia ha avanzado, los pensadores y científicos que estudian este tipo de problemas, no son ya tan radicales: lo heredado , es muy importante, pero también lo ,adquirido, tanto el ambiente como la herencia son determinantes.

Actualmente la ciencia reconoce la importancia de ambos factores, aunque siempre hay algunos que piensan que uno es más importante que el 'otro.

El ambiente, es pues, lo que nos rodea y que de alguna forma tiene relación con nosotros, por ejemplo: el perro callejero, que puede estar pasando frente a mi casa, tiene tan poca influencia en mí como la puede tener el planeta Neptuno, la galaxia Andrómeda, o el niño que juega en una playa.

En cambio los alimentos que mi esposa prepara en la cocina, la visita que ayer hice al médico, la ley que aprueba el Congreso de mi país, las fluctuaciones del precio del petróleo o una guerra; tienen una significativa influencia -de diferente intensidad- en mi vida.

Es muy frecuente atribuir como causa del modo de ser y actuar del hombre a la herencia o a la educación, de manera errónea y sin más fundamento que el capricho de quien emite la opinión, o apoyándose en consejas populares.

Por ejemplo, la embriaguez, lo; mentiroso, la glotonería, muchas malformaciones físicas, la coquetería, y un sinnúmero de los bienes o los males que aquejan al hombre, se les achaca su origen a una u otra ,causa. ¿Dónde, pues, comienzan el ambiente y la herencia?

Vamos a tratar en lo que sigue de encontrar estos comienzos, primero donde la ciencia apenas empieza a despejar incógnitas, aun en medio de titubeos y conflictos: la herencia genética.

A continuación seguiremos paso a paso la evolución ontogenética, esto es, del individuo y no de la especie humana.

CREE, SI QUIERES, QUE UNA MONTAÑA HA SIDO MOVIDA
DE UN LUGAR A OTRO; PERO SI ALGUIEN TE DICE QUE
UN HOMBRE HA CAMBIADO SU NATURALEZA. ¡NO LO CREAS!

PROVERBIO PERSA.

LA HERENCIA Y EL AMBIENTE

Así opera la evolución: a un individuo de una especie cualquiera le ocurre al azar (aleatoriamente) un cambio-en sus genes, por razones desconocidas, generalmente por "radiaciones" de partículas subatómicas, este fenómeno es llamado por la ciencia que lo estudia, la genética: mutación.

Un individuo adquiere una característica que es nueva en su especie, pero es, favorable para la supervivencia de la misma.

Esa persona, al tener hijos, más o menos la mitad de ellos tendrán la misma característica, de acuerdo a las leyes de la herencia genética establecidas por Mendel, con los que a su ,vez sucederá lo mismo, y así en las siguientes generaciones, lo que facilita que las probabilidades de que se apareen dos individuos con los mismos rasgos genéticos, sea mayor, extendiéndose así la característica hasta abarcar primero todo el grupo y luego la especie entera.

Cuando el nuevo rasgo adquirido por un individuo es desfavorable a la especie, tiende a desaparecer, porque los individuos que lo hereden tendrán menores posibilidades de sobrevivir y, por consecuencia, tener descendientes.

Para que estos cambios ocurran, deberán sucederse incontables generaciones, mucho tiempo, tomando como medida la brevedad de la vida humana.

Lo que nos lleva a la conclusión de que el tiempo necesario para cambios genéticos en una especie es menor, mientras más breve sea la vida de los miembros de esa especie.

¿Significa esto que el deseo sexual permanente, fue un rasgo útil a la supervivencia de nuestra especie?

Sí, porque en ella la procreación es lenta y largo el periodo de maduración, así como también la debilidad del ser humano en un ambiente, hostil, cuando no tenía más defensa que su inteligencia, aún no muy desarrollada, lo que lo hacía más vulnerable.

Como especie, sus posibilidades de sobrevivir eran menores. El deseo sexual permanente hizo que los nacimientos aumentaran y, sobre todo, dio origen a una incipiente organización familiar que propició lazos de unión que le dieron al grupo fuerza, un principio de solidaridad y, por lo tanto, mayor capacidad de supervivencia.

Esto ocurrió hace más de un millón de años, pero pasaron cientos de miles antes de que el hombre se diera cuenta de la relación que había entre el acto sexual y el embarazo.

Entre los medios de reproducción de que la naturaleza se ha valido para preservar las especies, la reproducción sexual es, hasta hoy, la que resultó más eficiente de todas las que ha utilizado, como la división directa y el hermafroditismo y otros más, algunos de los que aún o quizás nunca tengamos conocimiento.

¿Cuál es la razón por la que este tipo de reproducción sea más favorable a la conservación de las especies, no sólo la del hombre, ya que ha llegado a ser casi universal?

DESPUÉS DIJO DIOS: "HAGAMOS AL HOMBRE A IMAGEN NUESTRA, SEGÚN NUESTRA SEMEJANZA; Y DOMINE SOBRE LOS PECES DEL MAR Y LAS AVES DEL CIELO, SOBRE LAS BESTIAS DOMÉSTICAS, Y SOBRE TODA LA TIERRA Y TODO REPTIL QUE SE MUEVE SOBRE LA TIERRA." Y CREÓ DIOS AL HOMBRE A IMAGEN SUYA; A IMAGEN DE DIOS LO CREÓ. LOS BENDIJO DIOS; Y LES DIJO DIOS: "SED FECUNDOS Y MULTIPLICAOS, Y HENCHID LA TIERRA Y SOMETEDLA; DOMINAD SOBRE LOS PECES DEL MAR Y LAS AVES DEL CIELO, Y SOBRE TODOS LOS ANIMALES QUE SE MUEVEN SOBRE LA TIERRA." VIO DIOS CUANTO HABLA HECHO; Y HE AQUÍ QUE ESTABA BIEN. Y HUBO TARDE Y HUBO MAÑANA: DÍA SEXTO.

***El Génesis,* capitulo I, versículos 26-31.**

Los seres que así se reproducen tienen más capacidad de adaptación porque su origen se debe a la unión de Idos individuos diferentes pero de la misma especie.

> *Lo que hace que el producto no sea igual a ninguno de los dos sino que participa de rasgos de ambos, así como de los antepasados de los dos.*
>
> *Por otro lado, dadas las condiciones cambiantes ¿le los ambientes en que habitaban (lo que ha pasado y seguirá pasando constantemente), los individuos así nacidos pueden tener características que sus progenitores no tienen y que, eventualmente, los favorezcan para adaptarse a las nuevas condiciones.*
>
> > *Esta eventualidad puede también hacerles la supervivencia más difícil aún que a sus padres, quienes por el cambio ocurrido encuentran ya el sobrevivir muy difícil.*

Cuando el cambio es desfavorable a la supervivencia de la especie, los que nacen con él, generalmente o no viven o no alcanzan la etapa de la reproducción.

Veamos, aunque no a fondo, ya que la ciencia que la estudia es muy nueva -la genética y muy compleja, cómo ocurre la transmisión de caracteres de ambos progenitores y cómo la aparición de nuevos rasgos.

Cuando se habla de herencia, lo que a muchos primero les sugiere es el legado de bienes materiales cuando ocurre un deceso. Esto es la herencia material.

Pero también hay una herencia cultural y es la que recibimos a través de la educación tanto en el seno del hogar, como en la sociedad en que vivimos.

> *Finalmente, la herencia biológica, que es la que nos interesa en esta parte de nuestro trabajo.*
>
> *Lo notable de este medio reproductivo, sobre todo en los animales superiores (que son los que mayor número de características diferentes poseen) y particularmente en el*

hombre, es que siendo fundamentalmente iguales somos, al mismo tiempo, totalmente diferentes.

> *El hombre sano y en la edad adecuada produce alrededor de 300 millones de células reproductoras que se llaman espermatozoides en cada apareamiento o emisión de semen; en tanto que la mujer produce un óvulo solamente --así se llaman las células reproductoras femeninas-, aproximadamente cada cuatro semanas durante su vida fecunda.*

Tanto el elemento femenino coleo el masculino tienen en su núcleo una especie de filamentos, que se llaman cromosomas y que son, digamos, el almacén de la información que definirá las características del nuevo ser.

Esta tira o filamento está constituida por una sustancia que por brevedad se le llama DNA (ácido dexorribonucleico), con la forma de una doble hélice, la que está integrada por pequeñísimas partículas de DNA, en las que de acuerdo a su estructura química está el código que ordena cómo, cuando y cuáles proteínas tomarán la forma que les corresponde, dicho en otras palabras, es un programa biológico.

Los cromosomas fueron el marco, durante varias décadas, que sirvió de base para explicar los mecanismos de la herencia, después de largas controversias y gracias al portentoso avance de la bioquímica y de las técnicas para la construcción de microscopios se llegó a saber que los cromosomas parecen hilos de lana entrelazados.

> *Poco antes de que una célula se divida se descubre que son tiras o hilos dobles y luego, impulsados por una fuerza desconocida, estas tiras se separan y se instalan en los polos opuestos del núcleo de la célula y se fraccionan formando dos grupos de 23 cromosomas en cada uno de los polos del núcleo celular, por lo que son 46 los cromosomas de la célula humana.*
>
> *Todas las células de los animales, incluido el ser humano, tienen esta doble tira de cromosomas, excepto los gametos o células reproductoras, óvulo y espermatozoide, ya que con la fecundación quedarán dobles, es decir, completas.*
>
> > *El óvulo al ser fecundado tiene 23 cromosomas del elemento femenino y 23 del masculino, con lo que quedan completos los 46 cromosomas de nuestra especie, con la mitad de cada uno de los progenitores. Por lo que cada huevo humano fertilizado tendrá la mitad del código que lo determinará proveniente de la madre y la otra mitad del padre.*

Los filamentos que se llaman cromosomas están constituidos por una hilera de pequeñísimas porciones de materia, que son complejas moléculas -como los eslabones de una cadena- que se llaman GENES.

Cada uno de estos GENES lleva una o varias instrucciones del programa que determinará al nuevo , ser.

> *Cada especie posee una cantidad invariable de genes, en sus cromosomas que, como ya vimos, está constituido por una sustancia llamada DNA o ADN que son las siglas en español.*
>
> *Nuestra especie tiene -aún no se ha podido determinar con precisión el número- aproximadamente 30 mil GENES. Un óvulo humano fecundado contiene 6 billonésimas trillonésimas partes de un gramo de ADN. Como hay aproximadamente 6 mil millones de seres humanos en la Tierra, significa que la cantidad de ADN que se necesitó para dar*

origen a todos esos humanos pesó .04 gramos, continuando con estos cálculos se llega a la conclusión de que la sustancia que produjo la información para la herencia de todos los hombres que ha habido desde el nacimiento de Cristo, no ha pesado más de un gramo.[*]

[*] *Estos cálculos se deben al genetista doctor Dbzhnsky*

LA CONCIENCIA ES UN INSTINTO PARA JUZGARNOS A NOSOTROS MISMOS A LA LUZ DE LAS LEYES MORALES NO ES UNA SIMPLE FACULTAD; ES UN INSTINTO.
E. KANT, Conferencia.

CONSCIENTE E INCONSCIENTE

LA CONCIENCIA ES UNA PROPIEDAD DE LA VIDA MENTAL QUE PUEDE COEXISTIR CON OTRAS PROPIEDADES O PUEDE ESTAR AUSENTE.
S. FREUD, El Yo y el Ello.

NADA HAY MÁS TERRIBLE QUE LA IGNORANCIA EN ACCIÓN.
GOETHE, Discursos en prosa.

CONSCIENTE E INCONSCIENTE

En el contenido y operación de la mente distinguimos dos propiedades básicas y hasta podemos decir antagónicas: Consciente e Inconsciente y una tercera que se puede considerar intermedia o la que sirve de unión entre estos dos atributos: el Preconsciente.

Algunos autores le llaman, sistema Ic., Cs. y Pc., con lo que designan al Inconsciente, Consciente y Preconsciente, respectivamente.

> *Esto lo hacen con el fin de evitar que las palabras consciente y conciencia se confundan en su significado con el que popularmente se le asigna, en lugar de la connotación técnica que tiene en psicología.*
>
> > *Un ser pensante, inteligente, que tiene razón y reflexión y que puede considerar eso como su ser mismo, que piensaen diferentes lugares y tiempos, lo que solamente es posible lograrlo por la conciencia que es inseparable del pensamiento y, me parece a mí, esencial a éste. Es imposible para cualquiera percibir algo sin percibir que lo percibe. Cuando vemos, oímos, gustamos, sentimos, meditamos o deseamos algo, sabemos que hacemos eso.*
> >
> > **Locke, *Relativo al entendimiento humano.***

La conciencia es sólo una pequeña parte del aparte del aparato psíquico y es la que nos permite percatarnos de nosotros mismos y de lo que nos rodea.

En el consciente pensamos, aprendemos, entendemos, recordamos; es en esta parte de nuestro psiquismo, donde nos damos cuenta de que somos, donde tomamos conciencia de que existimos y también de que en un momento próximo o lejano, dejaremos de ser, es decir, moriremos.

LA CONCIENCIA ES LA FUENTE DEL AUTOCONOCIMIENTO, AJENA E INDEPENDIENTE DE LA RAZÓN; EL HOMBRE SE OBSERVA A SI MISMO, PERO SOLAMENTE A TRAVÉS DE LA CONCIENCIA ES CAPAZ DE CONOCERSE.

L. TOLSTOI, La guerra y la paz.

El consciente nos permite darnos cuenta de que estamos contentos o tristes, alegres o enojados, preocupados, asustados, etc.; pero no siempre nos permite saber el por qué de nuestro estado de ánimo.

El consciente nos informa, asimismo, quiénes somos, dónde estamos y, a veces, también qué queremos.

En fin, es a lo, que nos referimos cuando decimos yo, me, mi.

Es lo que nos mantiene en contacto con la realidad, con lo que nos circunda, aun cuando este contacto o percepción sea un tanto vago y confuso; es, pues, la parte de nosotros que nos - permite asomarnos al mundo.

La primera de las desagradables proposiciones del psicoanálisis es esta: Que los procesos mentales son esencialmente inconscientes y que aquellos que son conscientes son meramente actos aislados y parte de una entidad psíquica total. Debo ahora pedirles que recuerden eso, ya que es lo contrario de lo que estamos acostumbrados a identificar con lo mental, con lo consciente.

Lo consciente nos parece la característica que positivamente define la vida mental y consideramos a la psicología como el estudio del contenido de la conciencia. Esto nos parece Inn evidente que cualquier contradicción a ello lo consideramos una obvia tontería. Sin embargo, es imposible para el psicoanálisis evitar esa contradicción o la de aceptar la identidad de lo consciente con lo psíquico.

La definición psicoanalítica de la mente es que ésta incluye o comprende procesos cuya naturaleza es consciente tales como pensamientos, sentimientos y deseos; y mantiene, además, que hay elementos tales como pensamientos y deseos inconscientes. Pero al afirmar esto el psicoanálisis, al sostenerlo, ha perdido la simpatía de los rígida y científicamente orientados y despierta la sospecha de un culto fantástico ocupado de oscuros e insondables misterios.

Ustedes mismos encontrarán difícil de entender por qué yo he estigmatizado, como un principio, una proposición abstracta tal como la de que lo psíquico es lo consciente; ni puedo imaginar qué proceso evolutivo pudo conducir a la negación del inconsciente, ni si este proceso existe en realidad ni tampoco cuál ventaja pudo haberse logrado con esta negación.

Puede parecer una vacía contienda sobre palabras el argüir si la vida mental puede ser considerada coexistente con la conciencia o si puede considerarse que se extiende más allá de ese límite y, sin embargo, puedo asegurarles que la aceptación de los procesos mentales inconscientes representa una nueva orientación del mundo y de la ciencia.

S. Freud, Introducción general al psicoanálisis.

Como los procesos mentales conscientes habían sido estudiados y conocidos mucho tiempo antes de Freud, es explicable que las más importantes aportaciones de este pensador, tanto a la psicología en particular como a la ciencia en general, hayan sido en el área de lo inconsciente.

EL INCONSCIENTE

> *Se llama inconsciente a todo proceso mental cuya existencia nos vemos obligados a asumir o inferir (inferimos algo debido a sus efectos o consecuencias) pero del cual no nos damos cuenta.*

Un abandono de la sobrestimación de lo consciente es lo primeramente indispensable para una genuina comprensión de los eventos psíquicos ...

El inconsciente debe ser aceptado como la base general de la vida psíquica. El inconsciente es un gran círculo en el que queda inscrito el pequeño círculo de la conciencia. Todo lo consciente ha tenido una etapa inconsciente preliminar sin llegar a hacerse consciente y, sin embargo, afírmase que debe ser considerado una función psíquica completa.

El inconsciente es la verdadera realidad del psiquismo; en su íntima naturaleza es justamente tan desconocido por nosotros, como la realidad del mundo externo, ya que éste es imperfectamente comunicado a nosotros por la información que nos dan nuestros sentidos.

S. Freud, Interpretación de los sueños.

> *Todos tenemos el recuerdo de que en alguna ocasión hemos experimentado Talgo dentro de nosotros mismos que nos impele a' hacer o dejar de hacer determinada cosa, decir o dejar de decir algo que viene o no al caso y no podemos explicarnos porqué lo dijimos o dejamos desdecirlo, sin que eso haya sido producto de nuestra voluntad.*
>
> > *Con frecuencia también hacemos algo contra nuestros propios deseos, pero no lo podemos evitar y, más aún, en múltiples ocasiones en que esto nos ocurre sentimos un intenso arrepentimiento o disgusto con nosotros mismos; deseos de no haber hecho o dicho algo que, en el momento de hacerlo estuvimos plenamente conscientes de que no lo deberíamos o deberíamos haberlo hecho, y no podemos explicarnos por qué, teniendo conciencia de nuestra conducta, no pudimos evitarlo.*

Si el acto u omisión cae dentro de lo que para muchas personas es “pecado”, entonces a ese desagradable estado psíquico le llaman “remordimiento de conciencia”, lo que les permite soportarlo y aun explicárselo con pensamiento mágico: el demonio, el maligno, el embrujo, el mal de ojo, etc., pero no suprimirlo.

NINGÚN HOMBRE ES MÁS DURAMENTE CASTIGADO QUE AQUEL QUE SE ENTREGA A LA TORTURA DEL REMORDIMIENTO.

SÉNECA, De la ira.

La fuerza que nos lleva a hacer aquello que nos causa tanta angustia -lo que más delante estudiaremos- surgió del inconsciente y desencadenó ese fenómeno al entrar en conflicto una parte con otra, ambas inconscientes, pero constitutivas de nuestro aparato psíquico.

> *El inconsciente es la parte mayor y más importante de nuestra mente, en la que el consciente es sólo un mero apéndice.*
>
> > *En una de las obras de Freud hace un símil comparando el aparato psíquico con un iceberg, esas inmensas montañas de hielo que flotan en el mar, y de las que solamente sobresale del agua una pequeña parte, esta mínima parte es la que Freud compara con el consciente en .tanto que la parte hundida en el agua, invisible, la considera como el inconsciente y a toda la enorme mole de hielo: el*

aparato psíquico.

De hecho podemos afirmar que nuestro comportamiento así como nuestros impulsos, pensamientos, deseos, pasiones, todo lo que dentro de nuestra mente ocurre está gobernado por el inconsciente. Una de las más claras manifestaciones de inconsciente la encontramos en los sueños, los que a veces son tan raros, extravagantes y aparentemente ajenos a nuestra propia vida que, desde tiempo inmemorial, ha habido quienes los consideran mensajes de fuerzas sobrenaturales, mandatos divinos, apariciones de ultratumba, pronósticos del futuro y mil pseudo-explicaciones basadas todas en' el pensamiento mágico (modo de pensar prelógico y primitivo).

El consciente (Ct.), en cambio, se caracteriza porque tenemos un amplio acceso a su contenido de manera directa en tanto que al inconsciente (Ic.) sólo lo tenemos de manera indirecta por las formas en que hace sentir su presencia en la conciencia.

El preconsciente (Pc.), con el que se completa el sistema que hemos visto, nos permite, en ciertas circunstancias un acceso parcial a su contenido.

> *Cualquier elemento consciente que puede fácilmente cambiar su condición de inconsciente por la de consciente puede ser mejor descrito como capaz de penetrar en la conciencia y denominarlo entonces como preconsciente.*
>
> ***Freud, Esquema del psicoanálisis.***

> *En los estados hipnagógicos, que son esos de duermevela, en los que nos hallamos entre dormidos y despiertos y que nos ocurren un poco antes de quedar dormidos, o cuando estamos despertando sin lograrlo del todo, es común tener ciertas alucinaciones, principalmente auditivas, pero también visuales y hasta táctiles, como: oír nuestro nombre, que suena el teléfono o llaman a la puerta o que alguien entra a nuestro cuarto, o que le mueven algo y aún más, hay algunos que sienten que les mueven la cama o que alguien se sienta en ella, y hasta que los tocan.*

> Desde un punto de vista puramente descriptivo, el preconsciente es también inconsciente, pero no le damos ese nombre, excepto al hablar de un modo muy general o cuando necesitamos defender la existencia del inconsciente en los procesos mentales.
>
> ***S. Freud, Nuevas conferencias introductoras al psicoanálisis.***

Todos estos fenómenos pertenecen al contenido del preconsciente; así como también esas veces en que cuando estamos cayendo en el sueño sentimos que vamos caminando y tropezamos o caemos en un pozo, precipicio o de un vehículo, lo que nos hace estremecer violentamente, sacudiéndonos en la cama, con lo que regresamos al estado de vigilia. Estos hechos no nos preocupan y a menudo nos hacen reír. También algo que a muchas personas, antes de acostarse, han estado tratando de resolver un problema, casi siempre matemático, sin lograrlo; por lo que deciden mejor dormir y ya en la cama poco antes de caer en el sueño les surge la solución con gran claridad, aunque, al día siguiente sólo recuerdan que hallaron la solución pero no cómo ni cuál es.

LO CONTRARIO DEL CHISME SOBRE EL HOMBRE ES LA VERDAD.
SOLÓN.

Lo que es latente y sólo inconsciente en un sentido descriptivo y no en un sentido dinámico, lo llamamos preconsciente y reservamos el término inconsciente para lo que se encuentra dinámicamente reprimido, por lo que ahora tenemos tres términos: Consciente (Ct), preconsciente (Pc), e Inconsciente (Ic).

S. Freud, El Yo y el Ello.

Estos ejemplos se refieren al acceso limitado y ocasional que tenemos al contenido de nuestro preconsciente.

Antes de seguir adelante, es conveniente recordar que todo nuestro aparato psíquico es dinámico, que siempre está funcionando y que más aún que el corazón, sólo con la muerte cesa el funcionamiento, normal o anormal, de la mente.

Con anterioridad a Freud, el médico francés Pierre Janet había incursionado en el estudio de los fenómenos inconscientes, quien sin ahondar más en el campo se dedicó a trabajar sobre la histeria. Él inventó la palabra subconsciente para designar cierto tipo de fenómenos no conscientes, pero sin profundizar ni lograr los avances que aquél logró.

Así pues, el término correcto y universalmente usado tanto en psicología profunda como en psicoanálisis es inconsciente y no el arcaico y sin mayor elaboración y estudio y que todavía oímos de cuando en cuando: subconsciente.

Todos estos términos y otros que usaremos más delante, así como las analogías simples de que nos valemos, son únicamente recursos que nos sirven para explicar y para entender- conceptos con los que se intenta comprender el complejísimo fenómeno de la mente humana.

Continuando con las analogías el sistema Consciente (Ct), Inconsciente (Ic) y Preconsciente (Pc), lo podemos considerar como una extensión geográfica donde se encuentran repartidos o inscritos como entidades: el Yo o Ego; el Ello o Id; y el Superyo o Superego, a los que en seguida dedicaremos nuestra atención.

No debemos perder de vista que estamos usando palabras para explicar conceptos, que a su vez sirven para aproximarnos al fenómeno: el psiquismo humano, al que no tenemos y, tal vez, nunca tengamos acceso directo y que lo que sabemos son inferencias logradas a través de consecuencias derivadas de los resultados de su funcionamiento.

LAS INSTANCIAS DEL PSIQUISMO. EL ELLO, EL YO Y EL SUPERYO

Ego, Id y Superego, son instancias del aparato psíquico, cuyos nombres corresponden a los pronombres latinos que en español son: Yo, Ello y Superyo, ego es el pronombre de la primera persona yo, e id es el pronombre neutro ello.

El ego se desarrolla a partir de un estrato de la corteza del id que se encuentra en contacto directo con el mundo exterior. Su función consiste en interponerse entre las demandas del id y los actos satisfactorios a estas demandas: la actividad intelectual dirigida a una conducta con propósito, cuyas consecuencias son calculadas.

Así, el ego debe decidir si la satisfacción de un impulso puede ser llevada a cabo o pospuesta, o si las demandas instintivas deben ser suprimidas del todo. Esto es el principio de la realidad.

Si el objetivo principal del id es el placer, el objetivo principal del ego es la seguridad. Algunas de las actividades del ego son conscientes, otras preconscientes (capaces de hacerse conscientes) y otras son inconscientes.

Un ejemplo de la actividad consciente del ego, obedeciendo al principio de la realidad, es la idea de que hay un tiempo y un lugar apropiado para cada cosa.

La actividad preconsciente del ego es demasiado obvia para examinarla, cuando hechos vitales rehusan acudir a la mente, a menudo hasta el último momento, cuando se ha terminado la búsqueda.

La actividad inconsciente del ego, por otro lado, queda ejemplificada en los mecanismos de defensa.

Kline, The Structure of the Mind.

EL ID O ELLO

> *El id, que corresponde a la mayor parte de nuestro aparato psíquico, es donde tienen asiento los, instintos. Sexualidad sin restricciones, impulsos primitivos, destructividad, agresividad y otros que nos llegan con la herencia genética, además de los impulsos que desde niños hemos ido reprimiendo (más adelante estudiaremos la represión) y que están buscando salida.*

Se considera que el ello comprende la totalidad del aparato psíquico al nacimiento y que el yo y el superyo fueron originalmente partes del ello, que en el curso del desarrollo se fueron diferenciando lo suficiente para ser consideradas entidades funcionales separadas.

Charles Brenner, Text Book of Psychoanalysis.

El id es determinado o regido por cl “principio del placer”, esto es, el ello exige sin dilación alguna la satisfacción de sus deseos, para él no hay lógica ni mucho menos ética.

En él se da el principio de no contradicción que es básico en la lógica: azada puede ser y no ser al mismo tiempo, en el id sí ocurre esto, puede odiar y amar a la misma persona en el mismo momento y por la misma razón.

> *Puede desear intensamente algo en el mismo instante en que con igual intensidad lo rechaza.*
>
> *Los mecanismos de defensa los estudiaremos con detalle más adelante.*
>
> > *Dijimos que en el ello no existe la ética, pero no que sea necesariamente inmoral, simplemente es, amoral.*

Ello es el nombre que se le da a la reserva de necesidades instintivas, conscientes e inconscientes y que está siempre presionando para obtener satisfacciones directas, indirectas e inmediatas, en forma abierta y encubierta.

Varios autores, UNAM, El psicoanálisis como ciencia.

El principio del placer indica que el id busca, a toda costa, además de la satisfacción de sus instintos e impulsos, evitar todo aquello que le cause displacer, no indica que sólo busque

el goce sino que trata de evitar todo aquello que le desagrade o que interfiera con sus deseos o que le exija el abandono de algo que quiere.

Concretando y repitiendo: no es lógico ni moral, sólo quiere que de inmediato sus impulsos sean satisfechos.

El ello es en su totalidad inconsciente, no obstante hay algunos autores que consideran confusamente algunos contenidos conscientes en el id, lo que sí ocurre es que contenidos yoicos conscientes son forzados al id, donde dejan de ser conscientes y se transforman en material reprimido.

> *El psicoanálisis nos ha revelado que la esencia del proceso de la represión, no consiste en destruir o suprimir una idea que representa al instinto, sino en impedirle hacerse consciente. Decimos entonces que dicha idea es inconsciente y tenemos pruebas de que aun siéndolo puede producir determinados efectos que acaban por llegar a la conciencia.*
>
> *Todo lo reprimido tiene que permanecer inconsciente; pero queremos dejar sentado desde un principio, que (lo reprimido) no forma por sí solo todo el contenido del inconsciente. Lo reprimido es, por lo tanto, una parte del inconsciente.*
>
> ***S. Freud, Metapsicología.***

A la más antigua de las provincias o agencias psíquicas le damos el nombre de id. Éste contiene todo lo heredado, que está ya presente en el nacimiento, que forma parte de la constitución del individuo y sobre todo, por tanto, los instintos que se originan en la organización somática y que encuentran sus primeras expresiones mentales en el id en formas desconocidas por nosotros.

S. Freud, Un esquema del psicoanálisis.

Las teorías que expusimos de H. S. Sullivan pueden ser otra expresión del mismo fenómeno que así expresa Freud:

Esta es la oscura e inaccesible parte de nuestra personalidad; lo poco que sabemos acerca de ella lo hemos aprendido estudiando la elaboración de los sueños y la formación de síntomas neuróticos, y la mayoría de esto es de carácter negativo y puede solamente ser descrito como algo que nos es el yo.

La más que podemos acercarnos al ello es con imágenes y llamarlo un "caldero hirviente de excitación".

Suponemos que esto es algo en directo 'contacto con los procesos somáticos y que de ellos toma necesidades instintivas y les da expresión mental. Pero no podemos decir en qué sustrato se realiza este contacto.

Estos instintos, lo llenan de energía pero no tienen ni voluntad ni organización, solamente el impulso para lograr la satisfacción de las necesidades instintivas de acuerdo al principio del placer.

Las leyes de la lógica y sobre todo la ley de no contradicción no tienen valor en el id.

Los impulsos contradictorios coexisten lado a lado sin neutralizarse unos a otros o rechazarse, cuando más elaboran compromisos (la neurosis es uno de ellos) bajo poderosa presión para descargar, de manera económica, su energía.

Nada hay en el ello que pueda ser comparado a la negación y nos sorprende encontrar en él una excepción a la afirmación de los filósofos de que el tiempo y el espacio son necesarios en nuestros actos mentales.

No hay nada que corresponda a la idea de tiempo en el id, ningún reconocimiento del paso del tiempo. .. naturalmente el id no sabe de valores, ni del bien ni del mal, no tiene ni sabe de moralidad... energía instintiva buscando ser descargada, esto es, a nuestro modo de ver lo que el ello contiene.

S. Freud, Nuevas conferencias de introducción al psicoanálisis.

En el id no hay conflictos; contradicciones y ,antítesis existen lado con lado y a menudo igualan sus asuntos con compromisos...

S. Freud, Análisis profano.

> *El poder del id expresa el verdadero poder de los organismos individuales en la vida. Este consiste en la satisfacción de sus necesidades innatas en la vida. No hay tal propósito de conservarse vivo o de protegerse de peligros por medio de la ansiedad. Eso es asunto del ego.*

S. Freud, Un esquema del psicoanálisis.

> *Todo lo que hay en el id es inconsciente, y así permanece.*

S. Freud, Análisis profano.

> > *El id desconoce el miedo, el ego sí, no es una organización y no toma en cuenta situaciones de peligro.*

S. Freud, Problemas de ansiedad.

EL SUPERYO

Al superyo muy a menudo se le confunde con la conciencia moral y en ocasiones coincide con ésta, pero en otros muchos casos no solamente no es moral, sino que es inmoral.

El superego en un principio fue denominado el ego ideal, como en las otras instancias se utilizan tanto la palabra latina: superego, como la española: superyo. Es la tercera y última instancia del psiquismo en orden de aparición funcional; como el yo, se forma a partir del nacimiento aunque más tardíamente, su formación es probable que comience al completarse el yo o en las etapas finales de la formación de éste, aunque es casi seguro que requiere de la existencia del yo para iniciar su formación.

El superyo es en su mayor parte inconsciente, pero una parte de él pertenece al consciente.

> *El superego es aquel aspecto de la personalidad por medio del cual el individuo se critica y se valoriza a sí mismo, tanto consciente como inconscientemente -aunque más inconscientemente-, a través del cual se limita, controla y modela la expresión de sus necesidades, y bajo cuya influencio se inflinge inconscientemente castigos y privaciones. Estos procesos del superego están representados conscientemente por el sistema de controles y normas éticos. (Rara vez existe una coincidencia total entre el superego y los valores éticos.-Nota del autor.)*
>
> *Habitualmente se supone que las funciones del ello son en gran parte inconscientes, lo mismo que las funciones del superyo; mientras que una gran parte de las funciones del ego se realizan en forma consciente.*

Varios autores, UNAM, El psicoanálisis como ciencia.

> *En su contenido es muy probable que haya elementos procedentes del ello y se va integrando con la internalización de las figuras autoritarias, generalmente los padres o subrogados que son quienes representan los valores, tradiciones, costumbres de la sociedad de que forman parte, pero también las propias de estas figuras.*

Aclararemos que internalizar es incorporar a la estructura de la personalidad los dictados autoritarios, sean o no morales, estén o no de acuerdo con la ética aceptada por la sociedad general, en ocasiones los principios internalizados corresponden sólo a las normas del pequeño grupo en que viven y que puede ser un grupo inmoral o simplemente amoral.

Por medio de esta internalización los padres van conformando en gran medida, la escala de valores, los principios que más adelante regirán la conducta de ese individuo. Desde luego que no son sólo los padres quienes contribuyen a la formación del superyo, sino también los hermanos, tíos, parientes, maestros, y el grupo inmediato en el que se desarrolla el sujeto.

> *El ejercicio de la autoridad por parte de los padres o subrogados -que son el elemento primordial en la formación del superyo- no siempre está regida por la moral ni la lógica, por el contrario, hay casos en que los ejemplos, enseñanzas, órdenes y prohibiciones que el niño internalizará, no sólo carecen de ética y juicio, sino que son ilógicas e inmorales.*
>
> *Estas normas o modo de entender al mundo y de vivir, se originan en que los padres a su vez recibieron un conjunto de valores del mismo tipo o, en ocasiones, sólo caprichos irracionales de sus propias figuras paternas.*
>
> > *El ambiente en que viven algunas familias así como el modo de ser que éstas tienen y que está contra las normas prevalecientes en la sociedad o, cuando menos, su conducta y normas son carentes de ética, ilógicas e insensatas.*

Veamos un ejemplo: un niño de unos catorce años que estaba detenido porque en un mercado popular, donde desde hacía tiempo operaba robando, le había arrancado el bolso a una anciana a la que arrojó al suelo al tirar de éste, la que al caer sufrió una fractura de cráneo grave. Cuando este joven fue interrogado por la psicóloga de la institución, el diálogo fue el siguiente durante la entrevista:

"-¿Por qué te trajeron aquí? -preguntó la psicóloga. -Porque me tropecé con unos bultos de papas -dijo el joven.

La entrevistadora conocía el caso, pero deseaba que el chico hablara del acto delictivo. -Bueno, pero ha de haber algo más.

-Pos que le afané la bolsa a una ruca y la mensa se cayó.

-¿Y...?

-Yo corrí, pero no me fijé en las papas.

Así logró que le platicara todo lo .ocurrido y, finalmente, la psicóloga le planteó:

-¿Crees que está bien lo que hiciste?

-No -replicó de inmediato el chico-, estuvo muy mal, me debí haber fijado al correr que había unos costales. Cuando salga de aquí siempre me voy a fijar por dónde correré."

Este niño tenía un superyo muy bien desarrollado, pero sus normas eran totalmente asociales e inmorales; no tenía la menor inquietud por la anciana que agonizaba en el hospital y, sin embargo, tenía sentimientos de culpa por no haberse fijado en los costales que lo hicieron caer y, así, detenerlo.

Aún cuando originalmente consideraron que el superyo representaba la "conciencia moral" y se le llamó el ideal del yo, los trabajos clínicos durante muchos años y las investigaciones psicoanalíticas posteriores han permitido concluir que el superyo puede ser moral o inmoral, pero que sí es un tanto el ideal del yo y es quien, en el aparato psíquico, tiene por función indicar cuando la conducta es correcta -de acuerdo al contenido de ese particular superyo-, sea o no moral, ya que funciona de acuerdo a las normas internalizadas en la niñez por el sujeto.

El sometimiento de una simple necesidad corporal a un complejo de necesidades psicológicas, es debido a que en el ser humano el acto de satisfacer una necesidad biológica se transforma en una forma de conducta simbólica inconsciente, en un lenguaje que se usa para múltiples propósitos inconscientes. A esto se debe el meollo bioquímico de cualquier acto que, considerado superficialmente, parece servir a necesidades biológicas, puede en realidad participar solamente en forma mínima en la determinación del acto.

Varios autores, UNAM, El psicoanálisis como ciencia.

Sea de una u otra forma, el sujeto se sentirá mal cuando su conducta no va de acuerdo con los dictados de su superyo; el no atenderlos produce ese estado angustioso y muy desagradable que en el psicoanálisis se llama "sentimientos de culpa" y que, antes de la psicología científica y aún hoy, muchas personas le dicen "remordimientos de conciencia", usando la palabra con su significación popular.

El proceso de internalización de la autoridad de las figuras autoritarias de la infancia, es lento, no sabemos exactamente cuándo comienza pero sí estamos seguros de que es temprano.

El superego es la tercera de las subdivisiones del modelo estructural de Freud. Como un descendiente del "complejo de Edipo" está constituido por diversas identificaciones y dotado de poderosa energía derivada del ello, pero esencialmente es una parte diferenciada del ego mismo, las funciones que le atañen son, en otras, autocrítica; una fuerza prohibitiva moral (la conciencia de los filósofos) y el yo ideal que es más o menos un organizado código de normas éticos y principios morales.

Bajo las mejores condiciones los efectos del superego son experimentados por el individuo como variaciones en el estado de ánimo, autoestima, orgullo y culpa. En situaciones patológicas, es particularmente evidente en los estados de melancolía, en las neurosis obsesivas y en las actividades delictivas.

Tal estructura interno que se origina en la niñez y que es modificable por situaciones externos, parece ser condición necesaria para un desarrollo cohesivo de las sociedades.

Ross y Abrahams, Fundamentals of Psychoanalytic Theory.

EL YO O EGO

Yo creo que ganaríamos mucho si siguiéramos las ideas ,de un escritor, quien por motivos personales, insiste en que él no tiene nada que, ver con el rigor de la ciencia. Hablo de George Groddeck, quien incansablemente insiste que la conducta en el vivir de lo que llamamos Yo, es esencialmente pasiva y que, como él lo expresa, nosotros somos vividos por fuerzas desconocidas e incontrolables.

S. Freud, Ego e Id.

Del ego o yo podemos decir que es sólo un apéndice del ello, que se forma a partir de él y es una mínima parte del aparato psíquico. Es el medio que sirve de contacto al id con el mundo de la realidad, el ambiente en que se desarrolla el individuo y procura su adaptación así como su supervivencia.

> *La razón y el juicio son, si, no sus principios, sí la base de su funcionamiento. No es ajeno ni a la moral ni a la lógica, aunque no siempre pueda actuar en concordancia con ellas.*
>
> *Su función básica es la de mediador entre el ello, el superyo y la realidad.*
>
> > *El principio que rige al ego es el principio de la realidad; para él sí existen limitaciones y procura respetarlas. Su papel de conciliador es, con frecuencia, muy difícil, ya que procura armonizar las exigencias irracionales del ello y del superyo con la realidad. Estas tres entidades están permanentemente en conflicto unas con otras.*

El yo tiene como función influir sobre el mundo externo y controlar al ello y sus tendencias y sustituir "el principio del placer" que es el principio supremo del ello, por el "principio de la realidad", que es el elemento rector del yo.

En el ego, la percepción juega el papel que en el ello el instinto; el yo representa lo que llamamos razón y cordura en contraste con el id o ello, cuyo contenido son las pasiones.

La importancia funcional del ego se manifiesta en que normalmente controla la motilidad que el ello intenta transferirle. Así su relación con el ello es como la de un jinete que mantiene bajo su control la fuerza superior de un caballo; con la diferencia de que el jinete logra hacer esto con sus propias fuerzas, mientras que el yo usa fuerzas que no son suyas.

El ejemplo puede hacerse más amplio: el jinete a menudo es botado por el caballo o se ve obligado a guiar a éste hacia donde el caballo quiere ir. Del mismo modo el yo constantemente actúa de acuerdo con los deseos del ello como si fueran los suyos propios.

S. Freud, Ego e Id. II

Tiene que controlar al ello en situaciones en que la realidad lo demanda, por ejemplo: "Debe evitar un impulso sexual -con una persona de no importa qué sexo, quien sabe o no que ha provocado ese impulso y que puede o no ser desconocida-, en un lugar público, o bien privado, pero cuando no hay consentimiento por parte del objeto del impulso."

> *"No se pueden tomar sólo porque se quiere las cosas ajenas sin el consentimiento del dueño, si esto ocurre el ego y el superyo, en ocasiones, lo impiden, produciendo un conflicto psíquico o legal en el sujeto."*
>
> > *"También debe mediar en situaciones en que la satisfacción del ello es adecuada y aceptada por la realidad, pero en la que el superyo, con formación muy rígida, trata de impedirlo."*

Desde luego que el yo con mucha frecuencia, fracasa en sus intentos de armonizar las fuerzas instintivas (del ello) o represivas (del superyo). En estos casos el sujeto actuará va sea en conflicto con la realidad, la sociedad o el ambiente físico, o con su aparato psíquico.

"Una pareja de recién casados en la luna de miel; los dos contrayentes, en la primera noche que pasan juntos tienen fuertes impulsos eróticos uno hacia el otro, son impulsos del ello satisfactorios socialmente y favorables a la especie y el yo no intenta impedirlos, pero, no obstante, uno de los cónyuges, a pesar de sus deseos sexuales, tiene un superyo muy rígido que le hace pensar que lo sexual es malo, pecaminoso, y se niega a tener relaciones; en este ejemplo el yo fracasa ante el poder del superyo, en su mediación tratando de imponer el principio de la realidad, que en este caso son las naturales relaciones sexuales de los recién casados."

"Ampliando el ejemplo, en el otro cónyuge, el yo logra con buen éxito, evitar que el ello satisfaga por la fuerza su impulso sexual, si no lograra que su mediación fuera adecuada y el sujeto fuera hombre y más fuerte que la mujer, podría satisfacer su impulso con la violencia."

> *"Si el sujeto a quien se le niega la satisfacción de su sano impulso sexual fuera la mujer, aun teniendo la fuerza necesaria, no lograría la satisfacción por medio de la violencia, ya 'que no es posible en la relación heterosexual cuando no hay disposición o deseo por parte del varón, llevarla a cabo satisfactoriamente, ya que hay razones fisiológicas que lo impiden."*
>
> > *El yo siempre tiene que estar alerta para evitar que surjan contenidos del inconsciente, a) que produzcan ansiedad, y b) que estén contra el principio de la realidad. Asimismo debe evitar que el supero impida al ello la satisfacción de instintos que no van contra el principio de la realidad y que son importantes para el bienestar y la supervivencia tanto del individuo como de la especie.*

Los principales instintos que tiene el yo que armonizar con la realidad y el superyo son: la sexualidad y la agresividad. No se puede tener relaciones o satisfacción sexual de cualquier tipo en el lugar, tiempo y con el objeto sexual que le dé la gana al id, hay normas sociales y fundamentos biológicos que lo impiden.

Del mismo modo no es posible ejercer nuestra agresividad irracionalmente o por motivos válidos pero, en situaciones que pongan en peligro la vida o la salud del agresor o del agredido, así como en aquellas en que se contravengan las leyes o las normas morales prevalecientes en la sociedad de que forme parte el sujeto.

> *No es lógico, ni ético, ni cuerdo, matar a alguien por el solo hecho de que nos disgusta o porque distraídamente se estrella contra nosotros al caminar por la calle.*
>
> *Sin embargo, con frecuencia burlando la vigilancia del yo surgen contenidos del ello produciendo en el yo ansiedad, la que le lleva a utilizar automática e inconscientemente los mecanismos de defensa.*
>
> > *A veces estos contenidos del id se hacen conscientes sin que el ego se, percate claramente de su presencia y por tanto no utilice sus defensas. No se da cuenta o es "engañado" porque los elementos que surgen del ello están, digámoslo así, disfrazados, esto es, surgen en forma de símbolos.*

El principal camino por el que salen estos elementos del ello son los sueños y, en segundo lugar, lo que Freud llamó psicopatología de la vida cotidiana: los actos fallidos,

los lapsus lingue, el olvido selectivo, palabras equívocas, gestos, lenguaje del cuerpo, fiestas populares, tradiciones, folklore, etc.

Los sueños siempre se presentan en forma simbólica, utilizando diversos mecanismos o formas de simbolización. A los 'sueños Freud los llamó: el camino real al inconsciente, en el trabajo psicoanalítico.

> *Todo sueño tiene: a) un contenido manifiesto que es lo que recordamos y a veces platicamos, y b) un contenido latente que es lo que por medio de símbolos el sueño significa, o mejor aún: plantea. El contenido manifiesto está elaborado con muchos de los acontecimientos vividos por el sujeto recientemente o, incluso, lejanos y que en psicoanálisis se les conoce como restos diurnos.*
>
> *Este es el material que el ello utiliza para elaborar los símbolos que representan el mensaje del id y que es la verdadera razón del sueño.*
>
> > *El ego es una organización que depende de la libre intercomunicación y de la posibilidad de recíproca interacción entre todos sus elementos constitutivos; su energía desexualizada presenta evidencias de su origen y lucha por la unión y la unificación, y su compulsión a sintetizar aumenta en proporción directa a la fuerza que el ego tenga.*
>
> ***S. Freud, Problems of Anxiety.***

El ego tiene establecida una relación entre la percepción sensorial y la acción muscular; el yo controla los movimientos voluntarios. Tiene como tarea la autopreservación, en lo que se refiere a los eventos externos, realiza esta función percibiendo los estímulos del exterior, acumulando las experiencias de ellos (en la memoria), y evitando el exceso de estímulos (por medio de la efusión) y tratando con los estímulos moderados (por medio de la adaptación) y, finalmente, aprendiendo a lograr apropiadas modificaciones en el mundo exterior en su beneficio (por medio de la actividad).

Por lo que respecto a los eventos exteriores en relación con el ello, lleva a cabo esta tarea alcanzando control sobre las demandas de los instintos y decidiendo si se les puede permitir lograr la satisfacción, posponiendo ésta a tiempos y lugares favorables en el mundo exterior o suprimiendo la excitación completamente. . El ego busca lo placentero y evita lo displacentero siempre que es posible de acuerdo con la realidad. Cuando se incrementa lo displacentero, lo que es esperado y previsto por señales de ansiedad; en las ocasiones en que ocurre este incremento ya sea que amenace de fuera o de dentro, es considerado peligro.

S. Freud, Un esquema del psicoanálisis.

El simbolismo de los sueños es general y permanente; no hay sueño por simple que parezca que no se refiera a algo inconsciente con la suficiente energía como para emerger del inconsciente.

> *El contenido latente de los sueños se refiere siempre a problemas, temores, impulsos, instintos que surgen ocultos siempre en forma simbólica.*
>
> *Nunca nada en un sueño es lo que aparenta sino que siempre representa algo diferente; y el hecho de que el que sueña no sepa lo que simboliza, significa que el simbolismo ha cumplido su función: burlar la censura del yo.*
>
> > *Por ejemplo, una niña sueña que un león la persigue para hacerle daño. Si pudiera analizar su sueño, resultaría que el león es el padre que la va a castigar por algo malo que ella hizo o cree que hizo.*

El yo si bien no es la mayor de las instancias de nuestro psiquismo, sí es la más importante para la adaptación y supervivencia del individuo.

REPRESIÓN

EL QUE HUYERE DEL MIEDO CAERA EN EL HOYO; Y EL QUE SALIERE DEL HOYO SERÁ PRESA DEL LAZO... DICE JEHOVÁ.

Jeremías, Cap. 48, Vers. 43.

Cuando el yo tiene que enfrentarse con impulsos inconscientes, casi siempre del ello, y es incapaz de manejarlos, recurre a un mecanismo inconsciente que como decíamos, se denomina represión.

No puede el yo enfrentarse con algunos contenidos inconscientes que surgen del ello como impulsos, deseos, anhelos, etc., porque representan un peligro, producen temor que se manifiesta como ansiedad.

> *La represión es un mecanismo inconsciente y automático que, utilizando energía yoica (del yo) hunde en el inconsciente nuevamente lo que le produce la ansiedad y allí lo mantiene, como si para el yo nunca hubiera existido.*
>
> > *El sujeto no recuerda ni tiene la más remota idea de que haya tenido el mencionado impulso; pero corno para que ese impulso se hiciera consciente (aunque haya sido por un instante), requirió de energía para emerger, el yo requiere de la misma energía, libido (el aparato mental no posee otra clase de fuerza) con magnitud igual o superior para reprimirlo.*

Con esto el yo y el ello quedan empobrecidos, por lo que el aparato psíquico del sujeto, resulta disminuido de energía por partida doble: una, la que pugna por hacer consciente el impulso y otra, la que se ocupa de evitar que esto ocurra, la que reprime.

Esto significa que mientras más represiones tenga un individuo, más débil será su yo, y menor su potencial libidinoso, energía cuya función es la de enfrentarse a la vida, según hemos visto.

> *La piedra fundamental sobre la que la estructura del psicoanálisis descansa, su más esencial parte, y sin embargo no es sino la formulación teórica de un fenómeno que puede ser observado, siempre que se emprende el análisis de un neurótico sin recurrir a la hipnosis. (Referencia a la represión.)*
>
> ***S. Freud, Collected Papers.***
>
> *“Supongamos para manejar mejor el fenómeno de la represión y al mismo tiempo entender mejor el concepto del Ello, que un sujeto de unos 45 años, tiene una hija de 17 o 18 años, bien desarrollada, bella y con un cuerpo muy atractivo.*
>
> > *“Estando en casa platicando en la sala, el sujeto sentado frente a la hija, la que al cruzar las bien formadas piernas muestra al padre, por un instante, los muslos.*

“El sujeto experimenta un fuerte impulso sexual hacia la hija, pero su superyo no puede tolerarlo y su yo es incapaz de manejarlo conscientemente, por lo que el mecanismo inconsciente de la represión de inmediato lo hunde de nuevo en el ello. El sujeto no recordará jamás que tuvo ese deseo sexual; si alguien se lo dijera, lo negará categórica y sinceramente, además de que, ¡tal vez, se enojará con quien le atribuye tan sucios pensamientos.

“Pero no sólo reprimirá su impulso, sino que pondrá en juego otros mecanismos de defensa que lo harán regañar con violencia a la hija por su conducta inmoral, de mujer de la calle, etc., etc., con una ira desproporcionada al incidente y con una conducta, no común en él, de soeces injurias a la hija, quien, sorprendida, responderá con resentimiento, enojo, y le confirmará la idea, común en muchos hijos, de que su padre no la quiere.

“Y así comenzará en esta pareja de padre e hija una larga carrera de agresiones injustificadas por parte del padre, y de resentimientos por la hija, lo que hará que su relación- sea cada día más tensa.

> *“La hija buscará el modo de salir cuanto antes de la casa paterna -el matrimonio es el más frecuente medio- y el padre continuará regañando a la hija por la más insignificante de las causas.*
>
> *“Con esto el sujeto se defiende de nuevas ocasiones en que pudiera volver a tener impulsos sexuales hacia la hija, lo que es inadmisible para su moralidad (superyo).”*
>
> > *Este y el ejemplo siguiente, nos dan oportunidad para detenernos un momento a reflexionar acerca de ciertos hechos tanto biológicos como psicológicos.*

Ningún animal ni el hombre tienen algún indicador biológico que les permita saber o impida ser atraídos sexualmente por un sujeto con quien no “debe” tener relaciones sexuales.

Las estrictas normas que impiden el comercio sexual entre familiares cercanos y otras limitaciones similares, son producto exclusivamente de la sociedad humana, quien ha establecido estos principios por razones de salud social, pero la biología no establece normas, simplemente produce seres con taras y defectos que los hacen ineptos para la vida en sociedad, o bien causantes de conflictos en el grupo.

Así, estas prohibiciones forman parte del superyo de la mayoría de los humanos, si el superyo de un individuo como el de nuestro ejemplo, es muy rígido, el sentir un impulso “indebido” le provocará gran angustia y desencadenará una conducta del tipo de la de nuestro sujeto.

Pero si, por el contrario, el superyo es muy flexible o antisocial, el sujeto en vez de reprimir el impulso, lo fomentará, llegando en ocasiones no infrecuentes, hasta la consumación, consentida o con violencia, de actos incestuosos o, cuando menos, que van contra las normas sociales establecidas universalmente.

> *Pero no todo es negativo; una persona madura, con un ajuste emocional sano, que tiene un aparato mental adecuado, bien formado, que afortunadamente es la mayoría, cuando tiene un impulso de este tipo ni sentirá pánico, ni buscará satisfacerlo cuanto antes, sino que lo estimará en su justo valor y sin dejar de reconocer el atractivo de la otra persona aceptará que es alguien a quien, por una parte, no sería capaz de dañar y por la otra que es esa una persona con quien por múltiples razones nunca podrá ni deseará tener relaciones sexuales.*
>
> > *Esta es una de las múltiples características que hacen que la conducta humana, en su mayoría, se diferencie grandemente de la conducta animal, que hace ya milenios dejamos atrás.*

El ejemplo anterior que expusimos puede parecer extraño o raro, sin embargo es muy común, es la causa de mucho sufrimiento en las familias, que por lo demás tienen

una conducta moral intachable, pero muy estricta, rígida al grado de, a veces, transformar en cárcel un hogar. Es el origen de muchos matrimonios prematuros, precipitados y desgraciados, cuya razón no fue otra que el deseo de los jóvenes de abandonar cuanto antes la casa paterna.

Otro ejemplo de las múltiples formas en que la represión opera es entre hermanos y hermanas que, adolescentes:

"Comienzan a jugar como los adultos llaman jugar (le marros, algo como lucha libre, es un retozar inocente el que en un momento dado se transforma en pleito yerbal entre los hermanos que se acusan uno a otro de cualquier cosa y que con frecuencia llevan su querella ante los padres.

> *"Lágrimas de los jóvenes, acusaciones, enojo entre ellos, regaños de los adultos, es corno casi siempre terminan estos juegos.*
>
> *"El contacto físico entre los dos cuerpos jóvenes del sexo opuesto, hermanos o primos, los forcejeos y las fricciones que son inevitables en la lucha, acaban por excitar a ambos, quienes, al sentir que surge el impulso erótico, como ya participan del tabú del incesto, reprimen el impulso y se valen de la pelea para protegerse de él."*
>
> > *El incesto, como ya dijimos, es una costumbre social que sólo la especie humana ha inventado y que, si persiste, es porque el no hacerlo representa un peligro para la sociedad.*

Lo que no impide que aun a sabiendas de esta prohibición social prácticamente universal, se le viole con frecuencia, a veces, pocas, se entera el grupo social o familiar donde ocurre, pero las más de las veces, quienes tienen relaciones sexuales incestuosas, sólo ellos y, a veces, también un sacerdote, un psicoanalista o un confidente, lo saben. El confidente, por muy amigo que sea, casi siempre se aprovecha de la información para desprestigiar, usar en su contra, obtener ventajas sobre el que en ellos confió o para explotarlos.

El incesto es uno de los grandes tabúes de la sociedad humana y como gran prohibición que es, pocas veces se hace del dominio público.

Los ejemplos que usamos nos dan una simplista pero a la vez clara idea de cómo funciona la represión.

> *Se reprime todo impulso que el Yo no puede manejar, que le produce ansiedad insoportable; casi siempre los impulsos reprimidos pertenecen ya sea a lo sexual o a lo destructivo. Freud llamó a estos instintos Eros y Thanatos, amor y muerte, y a las fuerzas que los generan libido y destrudo, como ya en otra parte vimos. Esta última no es de Freud.*
>
> > *El psicoanálisis nos ha revelado que la esencia del proceso de la represión, no consiste en destruir o suprimir una idea que representa al instinto, sino en impedirle hacerse consciente.*
> >
> > *Decimos entonces que dicha idea es inconsciente, y tenemos pruebas de que, aun siéndolo, puede producir determinados efectos que acaban por llegar a 'la conciencia. Todo lo reprimido tiene que permanecer inconsciente; pero queremos dejar sentado desde un principio que no forma por sí todo el contenido Ic. Lo reprimido es por tanto sólo una parte del inconsciente.*

S. Freud, Metapsicología.

Lo reprimido es un elemento psíquico dinámico (que tiene energía) aunque inconsciente, por lo que puede aparecer de diferentes maneras que sí son tolerables al consciente pero que le producen trastornos psicopatológicos, neurosis, fobias, manías, filias, compulsiones y otros. Consideremos el siguiente caso:

"La madre de un bebé que había trabajado durante todo el día y, rendida, se acostó a dormir, minutos después apenas comenzado el sueño, la despertó el llanto del niño; se levantó somnolienta, lo cambió de pañales, comprobó que no tenía hambre ni dolor alguno, simplemente no tenía sueño, lo llevó a su cama, lo arropó junto a su cuerpo y volvió a quedar dormida, para ser despertada minutos después por el llanto del hijo que sólo quería jugar. Esto se repitió una y otra vez, ella durmiéndose agotada físicamente y él despertándola, hasta que, impaciente y desesperada tuvo un intenso deseo de tomar al hijo y arrojarlo por la ventana, impulso intolerable a su superego que reprimió de inmediato.

"Poco después, cansado también el niño, ambos se quedaron dormidos.

"Al día siguiente ella no tenía la menor idea de lo que había ocurrido la noche anterior, mucho menos aún que recordara su impulso. Al poco tiempo la señora comenzó a desarrollar un temor irracional hacia las ventanas, no podía acercarse a ellas, y más tarde el sólo pensar o mirar una ventana le producía una dolorosa angustia.

"Había establecido una fobia a las ventanas (fenestrofobia), tan intensa que tuvo que buscar ayuda profesional."

Algunas personas creen que el reprimir y el olvidar son iguales pero es una suposición errónea. Lo olvidado queda en la conciencia y puede ser recordado; lo reprimido se va al inconsciente y no puede ser voluntariamente traído a la conciencia, excepto por medio de técnicas psicoanalíticas en algunos casos.

Por otra parte, recordemos que lo reprimido exige un gasto de energía doble: la del instinto y la de la represión que lo regresa y mantiene en el inconsciente, lo que empobrece, debilita al yo el que, mientras más material reprimido tenga, menos capacidad tendrá para enfrentar sus problemas y más propensión a seguir reprimiendo.

El proceso activo que mantiene y rechaza, borrando de la conciencia ideas o impulsos que le son inaceptables, se llama represión.

Cuando aparece un instinto, esto es, una idea o un grupo de ideas cargadas de "affect" que es doloroso al contenido de la conciencia, un esfuerzo se realiza para empujar a éstas a la esfera del inconsciente.

("Affect" es un término técnico que denota energía, emotividad, afectividad; lo afectivo en psicoanálisis se refiere tanto a lo positivo, amor, como a lo negativo, odio, así corno a cualquier estado emocional intermedio. N. del A.)

Es posible reducir a un mínimo la influencia de tal presentación de un instinto; primero partiendo ésta en sus dos componentes básicos: la idea y la carga afectiva. Esto significa que hay tres elementos sujetos a la represión: 1) el instinto presentado; 2) la idea; 3) el affect (carga afectiva).

En muchos casos cuando el instinto no puede ser reprimido eficazmente, ya sea la parte ideal o la parte afectiva si pueden serlo.

Si la idea es reprimida el affect con que ésta estaba asociada puede ser transferido a otra idea (en el inconsciente) que no tiene aparentemente ninguna conexión con la idea original.. .

O si el affect es reprimido, la idea permanece sola en la conciencia, por así decirlo, puede ser ligada a un affect placentero.

Finalmente, si la presentación del instinto en su totalidad ha sido reprimido, éste puede regresar a la conciencia, algún tiempo después, en forma de un símbolo.

Por ejemplo, un hijo puede sentir conscientemente odio hacia su padre, tanto la idea como el affect son repelentes para él, puede pues reprimir ambos, pero la idea, que está fuertemente cargada de affect, lucha por volver a la conciencia.

Puede regresar en forma disfrazada como por ejemplo odio por algún superior desconectado del padre. Si la sola idea del padre es reprimida el odio puede ser transferido a quien no es reconocido como sustituto del padre.

Si el odio (affect) solamente es reprimido la idea del padre puede ser cargada con energía amorosa; en este último caso el odio puede volver a la conciencia en conexión con alguien que no representa la figura paterna.

Hinsie & Campbell, Of Psychiatry.

El odio gratuito, a veces sin conocerlas o tenerlas aún, hacia las suegras puede tener en algunos casos una psicodinámica referida a la madre, igual a la descrita anteriormente de H. & C.

QUÉ DIFERENTE ES EL HOMBRE QUE ERES AL NIÑO QUE FUISTE.

OVIDIO, Epístolas.

Volviendo a la época oral cuando la boca es tan importante para que el niño se enfrente al mundo, y por consecuencia a la supervivencia, estudiemos algunos de los problemas graves que suelen presentarse en esta etapa.

Hay unas madres que, por su modo (le comportarse con el o los hijos se les llama rechazantes; son las que lo dejan solo, lo descuidan, evitan tomarlo en brazos y, aunque lo aparenten o lo digan: no lo aman.

Se impacientan, descuidan de su alimentación, culpan al niño de todo lo desagradable que tenga su situación, de la molestia que reporta, de que le ha hecho perder su belleza física, que no puede salir a divertirse como quisiera, aunque esto lo haga con frecuencia dejando solo al niño, o al cuidado de una pequeña sirviente desconocida o diciéndole a la vecina que se. "lo encarga", en realidad el niño queda generalmente abandonado, inerme y hambriento.

Hay otras, a las que se llama madres cebantes, que sólo piensan en alimentarlo, cada vez que el niño llora no buscan cuál es la causa de que lo haga; sino que lo callan metiéndole con impaciencia en la boca el pezón, la mamila o algo de comer y, a veces, hasta un pedazo de trapo. Son personas que consideran que la máxima belleza cíe un niño está en la gordura; se dedican a cebarlo atiborrándolo de comida.

Algunas de estas madres dan de comer al niño en la boca cuando ya puede hacerlo él mismo. Poco después se afanan por enseñarle "bueno modales", sobre todo

en la mesa, ya que les importa más lo que pueda decir la gente, que el propio niño. Ninguna piensa en que lo que la gente opina de ella misma no es nada favorable.

Las hay que gustan de amedrentar al niño para que deje de llorar, lo asustan, lo pasean en brazos sacudiéndolo nerviosamente y con gran energía, arrullándolo a gritos, lo que hace que el niño llore más y más fuerte; ellas también aumentan sus sacudidas y "arrullos"; la madre se pone cada vez más irritada y el hijo, lleno de angustia, es incapaz de dormir A esto H. S. Sullivan lo llamó la "experiencia diabólica".

> *Las formas que de trato a los hijos tienen las madres, es infinito. Y van de lo sublime a lo diabólico.*

EL ODIO ES LA CÓLERA DE LOS DÉBILES.

A. DAUDET, Cartas a mi molino.

> *También están las regidas por un horario inflexible para la alimentación y que aunque no tenga hambre, se obstinan en que coma la cantidad exacta o, si duerme plácidamente lo despiertan porque ya es "la hora" en que "debe" comer; o, por el contrario, si tiene hambre no lo alimentan porque no es la "hora„*

En estas y otras conductas maternales hay resentimiento y agresividad por algo que la presencia del niño toca en núcleos conflictivos de sus inconscientes; algo que imaginan o que tal vez ocurrió en un pasado remoto y que lo transfieren inconscientemente a algún evento durante la concepción, o el embarazo o el parto o, tal vez, con el padre de la criatura. Algo que si en verdad ocurrió el niño no fue autor de nada, si acaso, la propia función reproductora o el instinto y falta de juicio de la madre.

Hay veces que los hijos remueven en el inconsciente de sus madres algo que aborrecen: ser mujer.

> *También se encuentran aquellas que en el hijo odian al padre por agravios reales o imaginarios que ese hombre les hizo.*
>
> *En la relación de los sexos es muy frecuente que uno de los dos acuse al otro de traidor, cruel, malvado y diversos epítetos más, así como esperan que Dios los castigue por no haber correspondido a su amor.*
>
> > *Personas así despechadas, sean de uno ti otro sexo, pueden dirigir el rencor que les produjo el no ser amadas por quien ellas deseaban, hacia los hijos o hacia el cónyuge con el que se casaron en sustitución de quien las rechazó. Esta actitud de acusación porque no se corresponde a un "amor", es un sentimiento irracional, primitivo y prelógico; es imposible amar a alguien sólo porque se lo piden u ordenan, el amor es un sentimiento complejo que no se maneja a voluntad.*

Estas posiciones representan deseos revanchistas, vindicativos; consciente o inconscientemente hacen al niño objeto de su veganza contra un hombre, sus padres, su femineidad, la suerte o la vida misma a la que consideran injusta.

El humano desde un principio aprende a responder al ambiente en que se halla, de las más variadas formas, las que, a menudo, continuará usando de adulto, lo que indica inmadurez. O acepta el reto de vivir y comienza a luchar.

Rechaza el alimento, llora por llorar al percibir que molesta, vomita, se vierte encima la comida, y muchas otras formas de conducta; usa las armas que puede usar y descubre que son las más eficaces en esta desigual lucha.

PELEAMOS EN GRAN DESVENTAJA CUANDO PELEAMOS CONTRA AQUELLOS QUE NO TIENEN NADA QUE PERDER.

GUICCIARDINI, Storia d'Italia.

¿Qué puede hacer una madre en esta etapa?, se dirá algún lector.

En general las respuestas humanas a los eventos naturales del vivir son automáticas; cada uno respondemos con lo que traemos y hemos adquirido, es nuestra, personalidad total la que nos llevó a actuar, pero no olvidemos que con nuestro actuar vamos conformando, o mejor aún,-reformando nuestra personalidad, ya que así seguimos adquiriendo elementos cuya acción sobre nuestra. carga genética nos seguirán modificando hasta la muerte.

En el aparato psíquico de casi todos los hombres existe -como elemento de supervivencia- algo que nos lleva a reflexionar sobre nuestra propia conducta, a auto-analizar nuestras acciones; ¿por qué estoy haciendo, pensando o deseando esto? Claro que las primeras respuestas son simplistas, superficiales; y que, a veces sólo sirven para autoengañarnos.

Pero si no le tenemos miedo a la verdad, si no nos asusta el sentir la angustia que produce el enfrentarnos a nuestras pasiones, instintos e impulsos irracionales, si podemos rechazar las respuestas fáciles y seguimos buscando, tal vez logremos encontrar algo valioso pero, con frecuencia es necesario buscar ayuda profesional.

Claro que lo que vamos a encontrar solos o con ayuda profesional tal vez no sea agradable, pero mucho más desagradable es y seguirá siendo aquello que nos llevó a indagar su origen.

Casi siempre hallaremos, variadas y simples causas, algunas antiguas, que nos han llevado a la conducta de la que queremos conocer su origen y no un dramático y extraordinario acontecimiento como ocurre en las películas.

La realidad de lo que determina la conducta, aun aquella que nos produce ansiedad y desconcierto es, con frecuencia, multitud de pequeñeces, viejos agravios, malos entendidos, fantasías infantiles, regaños, actos inocentes considerados como maldades, abandono materno, desamor, injusticias, y mucho más que, por otra parte, pudo haber sido simplemente imaginado.

Para el inconsciente tiene él mismo valor lo fantaseado que la realidad, un acto o pensamiento simbólico que un acto verdaderamente realizado.

“Un paciente busca ayuda porque tiene pesadillas recurrentes en las que lo persiguen porque él mató a alguien; los sueños varían de contenido aparente pero son siempre el mismo tema.

“El hombre despertaba presa del terror cuando va estaban a punto de alcanzarlo, a veces un policía, a veces un asesino que lo mataría en castigo y a veces un ser informe.

“Después de un psicoanálisis de varios meses, se hizo consciente cl recuerdo de una hermana a la que aborrecía de niño porque era la preferida de su madre, lo que le era insoportable.

“Un día tomó una muñeca de la hermana y la arrojó al foso del elevador desde el cuarto piso en que vivían. Él tendría unos 6 años y la hermana 3. Simbólicamente había matado a su hermana. Treinta años después la energía de lo reprimido emergió, disfrazada, del inconsciente. Para su superyo él era un asesino y merecía castigo.

“Claro que durante el psicoanálisis fueron surgiendo multitud de hechos o fantasías del inconsciente, reprimidos desde la niñez y particularmente la conflictiva relación madre-hermana-hermano.”

Este contenido inconsciente es el que, en gran parte, nos hace ser como somos; el descubrirlo nos permitirá, a veces, cambiar; en otras manejar más racionalmente las situaciones conflictivas y en otras, las cosas seguirán igual, sin cambio alguno.

Una mujer sana, con buen ajuste emocional y sin antecedentes traumáticos no resueltos, deseará al niño, se alegrará de su preñez -la que vivirá con alegría y optimismo-, se cuidará, evitará lo que sabe que hay que evitar o preguntará a quien 'sí sabe: un médico; no a comadres o charlatanes, lo que puede dañar al niño que lleva en su vientre.

Sabrá que está sirviendo a la naturaleza en una función esencial a la vida, pero que izo está creando vida, en su cuerpo se está realizando una bella función natural.

Amará a su hijo desde que está en sus entrañas y lo cuidará, atenderá, alimentará y proveerá sin exceso todas sus necesidades.

Ni más ni menos, ni descuido ni sobreprotección, no lo dejará ni hambriento ni ahito; lo arropará para que conserve una temperatura adecuada, ni frío ni calor, en fin: el justo medio; la dorada medianía a la que cantó el poeta Horacio, tan aparentemente fácil pero tan difícil de lograr.

TOMA DE LA BUENA TIERRA EL VINO Y DE LA BUENA MADRE LA HIJA.

PROVERBIO ITALIANO.

Después de la etapa, que ya vimos, en la que los niños con las encías endurecidas o ya con dientes, muerden, generalmente coincidiendo con el destete, comienza otra nueva etapa bien definida en la evolución del individuo.

El comienzo coincide con los intentos maternales de controlar los esfínteres, la época en que las mamás tratan de enseñar a los niños, quienes con frecuencia ya hablan algunas palabras y entienden aún más, a utilizar los sanitarios o la “nica” (por bacinica o bacín, u orinal, o taza de noche corno antiguamente se le llamaba).

Lo importante es que las madres comienzan a preocuparse por la defecación o micción de los hijos. Procuran evitar que los orines o las heces las sigan dejando en los pañales o la ropa. Esta es la época del entrenamiento para el uso del toilet, W. C. o excusado.

A la función excriticia se le dará más o menos importancia según las características psicológicas de la madre.

Hay algunas que se valen de muchos artificios para hacer que los niños usen el bacín sin lograrlo, sobre todo por lo precoz o anticipado del intento para que el niño aprenda algo para lo que no está aún capacitado fisiológicamente; hay otras que comienzan a enseñarlo tardíamente y, a veces, a solicitud del propio niño a quien incomodan y lastiman sus propios excrementos, ya que el contacto de las materias fecales con la piel causan rozaduras y hasta llagas.

DEJA DE SEGUIR SIEMPRE A LA MADRE.

HORACIO, odas.

La actitud materna hacia estas necesidades es pronto percibida por el niño, quien, como en la anterior etapa oral, encuentra un camino para influir sobre la madre y lograr lo que desea utilizando estas funciones.

> *El niño busca cariño aunque éste se manifieste como una malhumorada mención o regaños por su comportamiento.*
>
> *¿Qué puede hacer un niño si la madre es descuidada? Con lloriqueos, gritos, paroxismos de llanto, llama a la madre para que ésta lo atienda, mientras más enérgico es el llamado más obvio es que la madre es desatenta y que la atención que prodiga al hijo es pobre.*
>
> > *Si, por el contrario, la madre es de las que ponen la limpieza por encima de todo (que son las que por lo común comienzan el entrenamiento para el uso del W. C. antes de tiempo), los niños pronto se dan cuenta de la ansiedad que le produce a la madre el que no defeque donde y cuando ella quiere; y la utilizan para sus fines, mantienen a la madre por largo tiempo suplicándoles que "hagan" mientras lo sostienen sentado en el bacín; le piden un "pujidito", le ofrecen premios y, cuando al fin defeca, manifiestan una gran alegría, como si el niño hubiera realizado una valiosa hazaña.*

Al defecar es muy común que se le diga obrar y existe una profunda razón para ello. Para los niños el excremento es un regalo que otorgan dificultosamente, son las heces para ellos algo que hicieron y que por ser de ellos son muy valiosas; son sus primeras obras. De ahí la razón psicológica profunda de que popularmente obrar y hacer sean sinónimos de esa función fisiológica.

En la simbología onírica (de los sueños) el excremento a menudo aparece como oro, dinero, creación de algo.

> *En el folklore mundial existe una notoria relación entre los desechos excreticios y el oro; en la Biblia al oro le llaman estiércol del demonio.*
>
> *También es frecuente que cuando terminan de limpiar, bañar y cambiar a un niño, ocurra que éste, al estarlo acomodando en la cama pana que descanse, vuelva a defecar abundantemente en la ropa que acaban de ponerle.*
>
> > *Durante esta etapa el niño experimenta cierto goce reteniendo las heces por largo tiempo, lo que inclusive le causa algún dolor, y luego expulsándolas, el alivio que experimenta le es placentero, además, logra que la madre se preocupe y le prodigue más atenciones de las comunes.*

Este rasgo algunos lo conservan por largo tiempo, que en ocasiones llega hasta la edad adulta y que, en algunos casos hace que el ano sea una de las zonas erógenas, lo que recibe el

nombre de erotismo anal, que es con frecuencia lo que determina en los adultos conductas sexuales poco comunes.

Zonas erógenas, según ya vimos, son aquellas regiones del cuerpo que en el curso de la evolución individual, van quedando cargadas de energía libidinosa y que se transforman en áreas corporales que responden eróticamente a los estímulos táctiles. Todos los seres humanos tenemos zonas erógenas -independientemente de los genitales-: los labios, las orejas, los pezones, el cuello, son algunas de las que más universalmente caen en esta categoría.

El erotismo anal es la concentración de la libido en la zona del ano.

> *De acuerdo a los descubrimientos analíticos, durante el periodo de la infancia la libido se extiende difusamente en el cuerpo, pero, estas áreas conocidas como zonas erógenas, retienen cantidad mayor de libido.*
>
> *Tres zonas ameritan especial consideración: la oral, la anal y la genital.*
>
> > *La más antigua concentración de libido durante el desarrollo es la zona oral; con el subsecuente desarrollo de la libido oral se desplaza a la región anal la que, en su oportunidad, cede una porción de su libido a la tercera o sea, la zona genital. La libido que originalmente estaba relacionada con la región anal va a realizar otros servicios. Parte de ésta, por ejemplo, va a quedar ligada a los hábitos y disciplina relacionados con el entrenamiento anal (regularidad en el defecar, etc.); por lo que más adelante la regularidad en este hábito se incorpora a la personalidad sin que conscientemente exista un reconocimiento de su origen.*

La regularidad, la puntualidad y rasgos similares son por lo tanto llamadas características erótico-anales. Otra parte de la libido aras se desplaza a la zona genital o, como es conocida durante el periodo infantil: zona fálica.

> *La tercera parte más o menos de su forma original permanece en la región anal.*
>
> > *Los psicoanalistas dan gran importancia a la función de la estructura anal, pero también a los resultados (las heces) de la actividad anal. "Así el interés por el excremento es transformado parcialmente en interés por el dinero, en parte como un deseo infantil en el que el erotismo anal y el impulso genital coinciden."*
> >
> > ***S. Freud, Collected Papers.***
> > ***Hinsie & Campbell, Of Psychiatry.***

Como hemos visto, en la etapa anal, igual que en las otras, la madre pone en evidencia los rasgos de su propia personalidad en la actitud que asume frente al niño en cada una de las etapas de su desarrollo; manifestando a veces graves problemas psicológicos en su conducta o bien, demostrando un alto grado de madurez y ajuste emocional al enfrentarse a estos inevitables eventos de la procreación.

El niño, a su vez, con la conducta de la madre, descubrirá caminos para manejar los problemas e insatisfacciones que de esa conducta se deriven; elaborando así las bases de algunas de las características psicológicas que como sujeto adulto tendrá.

> *A esta etapa algunos autores también la dividen en dos; la primera cuando el niño simplemente comienza a percatarse de la importancia que la madre le da a esta función.*
>
> *Es la época en que el niño tiende a jugar con su excremento,, lo que horroriza a algunas mamás, produciendo en ellas repugnancia, ira, enojo y los consecuentes regaños, a*

veces insultan al niño, quien por supuesto no entiende, pero sí descubre el efecto que su conducta produce en la madre, lo que utiliza para lograr atención y cuidados.

La segunda época de esta etapa es la de la retención de las heces por parte del niño, la que ya describimos. Ésta la llaman sádico anal, en tanto que a la anterior simplemente anal.

Según liemos venido viendo, estos fenómenos o acontecimientos producen, tanto en el niño como en la madre ANSIEDAD en mayor o menor grado. Este término que hemos usado y seguiremos usando con frecuencia a lo largo de este trabajo, merece que expliquemos su significado psicológico.

ANSIEDAD-ANGUSTIA

Todos los seres vivos tienen un "mecanismo" automático que permite al individuo el equilibrio físico y bioquímico a su organismo. Se llama homeostasis y sirve para mantener dentro de estrechos límites las constantes biológicas: temperatura, presión sanguínea y de otros fluidos, Ph (alcalinidad-acidez), ritmo cardíaco, etc.

Como un aparato de aviso, como una alarma de peligro, el -cuerpo experimenta el dolor, le informa a ese organismo que algo anda mal y, gracias al dolor, muchos seres salvan su vida o recobran su capacidad para seguir funcionando más o menos, con normalidad.

Por ejemplo, a un perro callejero lo atropella un vehículo y le fractura una pata o una zorra cae a un barranco y se produce igual fractura. El dolor los obliga a inmovilizar el miembro quebrado hasta que, bien o mal, los huesos hayan soldado y el animal pueda volver a utilizar sus cuatro patas aun cuando cojee un poco. El dolor va desapareciendo en la medida que vaya sanando el órgano enfermo.

El animal con un traumatismo así, o más grave, no tiene más que el dolor físico, sin un agregado psicológico como en el caso del hombre: la preocupación de si será grave, cuándo sanará, cómo trabajará, cuánto gastará, etc.

A nosotros los humanos nos duele una parte del cuerpo, digamos una muela y de inmediato acudimos con el dentista -o médico si es otra la región del cuerpo la afectada- y así evitamos males mayores que pueden inclusive costarnos la vida.

Pero a pesar de lo desagradable y a veces intolerable que es la sensación de dolor; es un mecanismo que está al servicio de la vida, de la conservación de la especie.

Esto es en cuanto a los estados físicos de su equilibrio orgánico, pero para referirse al aspecto psíquico se utiliza la palabra ansiedad, o angustia cuando es más intensa la sensación y a ambas, técnicamente se les designa como angst, en psicoanálisis.

Angst es parte de la energía vital que lleva una carga afectiva -affect- y se refiere a un estado de agitación, inquietud, zozobra, temor difuso, que cuando se acentúa decimos que es angustia, con cierta pedantería y técnicamente se la denomina angst que es una palabra alemana que significa lo mismo: angustia.

Desde luego que ansiedad o angustia tienen diferente significado cuando se les usa en el lenguaje común, que cuando se utilizan como lenguaje técnico.

Ansiedad es un affect que difiere de otros affects por sus características displacenteras específicas.

La ansiedad consta de un aspecto fisiológico, somático (disturbios en la respiración, aumento de la actividad cardíaca, cambios vasomotores, disturbios musculesqueleticos, tales como tremor o parálisis, aumento en la sudoración, etc.) y un aspecto psicológico.

Este último incluye. .. una específica y consciente actitud inferior y un estado peculiar de sensaciones caracterizada:

1) *Una condición dolorosa tanto mental como física de impotencia para hacer algo respecto a algún asunto personal;*
2) *Presentimiento de un ineludible e inevitable peligro;*
3) *Un tenso y físicamente agotador estado de alerta como para enfrentarse a una gran emergencia;*
4) *Una aprensiva ensimismación que interfiere con la capacidad para resolver efectiva y ventajosamente los problemas de la realidad; y*
5) *Una irresoluble duda concerniente a la naturaleza del mal amenazador, relativo también a la posibilidad de que ocurra realmente la amenaza; relativo, además a cuáles son los mejores medios objetivos para reducir o evitar el mal y relativo finalmente a la capacidad subjetiva para hacer uso de esos medios si/y cuando la emergencia se presente.*

Piotrowsky Z., Perseptanálisis.

La angustia suma a lo que ya dijimos de la ansiedad, una aprensión y temor difuso pero intenso a no sabemos qué, su más parecida emoción experimentada por el hombre es el miedo, con la gran diferencia de que éste sí sabemos a qué se debe, aunque a veces no sepamos cómo ni si podremos enfrentar el peligro real que lo produce.

> *Angst es el típico estado emocional que experimentan las personas fóbicas, cuando se enfrentan a lo que les provoca su fobia.*
>
> *Angustia, del latín ángere, que significa estrechar, ahogar, situación crítica; es la misma raíz de angina, angosto, angor, etc.*
>
> > *Es frecuente que angor sea, a menudo, considerado como dolor, cuando la raíz de dolor es álgos, de donde analgésico toma su significación.*

La angustia o la ansiedad, son al aparato psíquico lo que el dolor es al cuerpo: un aviso de que algo anda mal.

La ansiedad o angustia que todos, en una u otra ocasión hemos sentido por la posibilidad de algo real, concreto (por ejemplo la enfermedad grave de algún ser querido o de uno mismo), se diferencia en que ésta es una anticipación muy probable y fundamentada, de un riesgo que puede realmente ocurrir y, la que venimos tratando, es un temor sin fundamento ni razón aparente alguna.

La ansiedad surge automáticamente cuando la psique es abrumada por un estímulo o impulso demasiado grande para ser dominado o descargado. Tal ansiedad automática puede surgir en respuesta a estímulos ya sean de origen interno o externo, pero con más frecuencia surgen del ello, esto es, de los impulsos o instintos.

Cuando la ansiedad se desarrolla automáticamente de acuerdo a este patrón, la situación se considera traumática. La ansiedad automática es característica de la infancia, cuando el yo es débil e inmaduro; y se le llama ansiedad "actual" en las neurosis de la vida adulta.

Psychiatric Dictionary, Oxford.

> *Una persona puede estar triste, amedrentada, apenada, sin saber qué camino seguir o qué actitud tomar, cuando hay una razón objetiva para ello; un peligro real, la pérdida de algo valioso, conflictos en su trabajo o en la fuente de sus ingresos, etc.*
>
> > *Cuando es una causa real la que la provoca,, la ansiedad es diferente a la vaga, difusa, al temor hacia algo indeterminado, al nerviosismo e inquietud sin causa objetiva alguna.*

La ansiedad (y usaremos indistintamente los términos angustia y ansiedad en este trabajo) es muy diferente al miedo a. algo real, a la preocupación más o menos fundada, por algo perjudicial, al duelo, a la incertidumbre de quien es asaltado, en fin, podemos sentir ansiedad por multitud de causas auténticas; en cambio, es distinta a la que se experimenta por algo que escapa a nuestra conciencia, y cuyo origen no está fuera sino dentro de uno mismo.

Por lo general, la ansiedad subjetiva, la que podemos llamar patológica, no es muy intensa, quien la sufre busca atribuirla a algo real, lo que es sólo un mecanismo de defensa que se llama racionalización y que momentáneamente sirve al sujeto para negarse a sí mismo que la causa de su ansiedad está en su propio inconsciente.

LA FAMILIA DE LOS TONTOS ES MUY ANTIGUA.

Benjamin FRANKLIN.

LA INTELIGENCIA

Desde la antigüedad, de los fenómenos psicológicos, los que más interés han despertado son la inteligencia y la memoria; como no podemos sustraernos a este interés revisaremos algo de lo que actualmente se sabe sobre esas facultades.

Las definiciones de inteligencia son innumerables; pero cuando hablamos de ella todos sabemos, más o menos, a lo que nos referimos; la menos inteligente, pero más clara, es la que afirma que inteligencia es lo contrario de tontería.

Es en lo que a la personalidad se refiere, el rasgo que más se ha estudiado, el que más experimentos e investigaciones ha provocado y del que más pruebas (tests) existen. Las que, además, son las pruebas psicológicas más confiables. Pero lo que de ella, la inteligencia, sabemos, son sus consecuencias.

UN VIEJO REFRÁN DICE: "CON LOS TONTOS NI A BAÑARSE, PORQUE SE PIERDE EL JABÓN".

> *Pero de los mecanismos básicos, de los que explican cómo opera dentro del individuo, dónde y cómo se origina, es mucho más lo que ignoramos que lo que sabemos.*

Esto último es válido para la ciencia en general, así como también para cualquier rama en particular; a pesar de todos los avances científicos, a pesar de los espectaculares progresos que ha logrado el hombre en el conocimiento del mundo que

lo rodea y de él mismo, no obstante este cúmulo de conocimientos, el hombre sigue ignorando más que lo que sabe.

EN NADA CREE EL HOMBRE MÁS FIRMEMENTE QUE EN AQUELLO QUE MENOS SABE.

MONTAIGNE, Ensayos.

En el siglo XVII, Renato Descartes afirmó que el alma y la memoria se encontraban a un lado de la silla turca del esfenoides; antes que él, los griegos creían que la' inteligencia, los sentimientos y el valor tenían su asiento en el corazón.

Galeno comenzó a descubrir que la conducta del hombre la regía el cerebro, aunque todavía esta concepción era muy vaga.

Ahora sí ya sabemos sin género de duda que la inteligencia se origina en el cerebro, y de éste, en la parte exterior del mismo que se llama corteza. Pero, ¿en qué parte de la corteza? En toda ella.

Muchos trabajos de eminentes neurofisiólogos han descubierto que determinadas partes de la corteza cerebral controlan algunas funciones del organismo, o modifican la conducta del individuo en determinados aspectos pero, la inteligencia, como un todo no lo sabemos aún.

Hay algunos que suponen que las funciones parciales del intelecto son manejadas por regiones aisladas del cerebro y que en algún lugar o forma se integran produciendo ese fenómeno tan importante que se llama inteligencia, y que, por otra parte, no es nuestra especie la única que lo posee, pero sí la que lo tiene en más alto grado.

Es el hombre el animal más inteligente que ha existido, pero también el más destructor no sólo de los miembros de su propia especie sino' también, y es lo más grave, del ambiente que lo rodea; destruye en unas horas o días lo que a la naturaleza le ha tomado, tal vez, milenios.

La inteligencia es la capacidad general del individuo para ajustar conscientemente su pensamiento a nuevas exigencias. Es la capacidad de adaptación mental general a nuevos deberes y condiciones de la vida.

W. Stern.

Otros trabajos que se refieren al funcionamiento general del cerebro, han demostrado que los hemisferios cerebrales (las mitades izquierda y derecha del mismo) tienen diferentes funciones: una maneja las relaciones con el arte, la sensibilidad; y la otra con los conceptos, el razonamiento lógico, etc.

Hay también una teoría que afirma que la inteligencia maneja la información con "circuitos reverberantes", donde la energía eléctrica circula en grupos de neuronas interconectados (neurona es el nombre de las células nerviosas que, aunque las tenemos en todo el organismo, como un sistema de comunicación, cuya central es el cerebro, que está constituido por este tipo de células) donde circula permanentemente.

Como ya lo dijimos, el hombre está lejos de saber cómo es el proceso fisiológico que da origen a la inteligencia, por otra parte no es la neurofisiología lo que más nos interesa en este trabajo; por lo que nos dedicaremos a revisar las funciones operativas de la inteligencia.

Hubo y aún hay personas que creen que la inteligencia y la memoria no sólo son diferentes sino antagónicas; y hasta se llegó a pensar que quien tenía buena memoria no podía ser inteligente.

En tanto que hoy sabemos que es lo contrario: sin memoria no puede haber inteligencia; en realidad, la memoria es uno de los componentes básicos de la inteligencia.

Thorndike y Thurston distinguen y miden un considerable número de habilidades especializadas o, como les llamaron, factores intelectuales, como, por ejemplo, verbalización, razonamiento, memoria, habilidad numérica, relaciones espaciales, etc.; este enfoque para la medición de la inteligencia se le conoce como la teoría factorial, siendo el doctor Spearman uno de sus más destacados sostenedores.

Juzgar bien, comprender bien, razonar bien, esos son los elementos esenciales de la inteligencia.

Alfred Binet.

> *Un tema de gran importancia y aún muy controvertido, sobre todo por razones políticas es el de si la inteligencia es una característica psicológica que heredamos o que adquirimos.*

En estos puntos de vista, aun entre académicos y científicos, hay todavía muchos elementos irracionales de fanatismo y de racismo, que ciegan- aun a los más lúcidos.

> *Los que estudian estos problemas están divididos en dos campos: los que sostienen la tesis de que la inteligencia sí es hereditaria basan sus puntos de vista en los resultados de numerosas investigaciones llevadas a cabo con rigor científico y, los que, apoyados también en resultados científicos, los interpretan con prejuicios políticos populistas, sociales o religiosos, para sostener que la inteligencia No es hereditaria.*

Un experimento llevado a cabo en varios laboratorios y por diferentes investigadores, por ejemplo, les sirve para afirmar que la inteligencia no es hereditaria sino adquirida, consiste en alimentar a un grupo de ratas que tienen un nivel medio de inteligencia, con una dieta pobre o nula en proteínas durante casi toda su vida; estos animales defectuosamente alimentados, no -sufren cambios en su propia inteligencia pero procrean hijos con inteligencia inferior a la de ellos mismos.

Estos hijos de las ratas defectuosamente alimentados aunque se les alimente desde el nacimiento con una dieta balanceada y rica en proteínas, no mejoran su inteligencia, ni la de sus hijos hasta la cuarta generación en que vuelven a tener un nivel intelectual medio.

> *De donde concluyen que la mala alimentación es la causa directa de la baja inteligencia, no de un solo individuo sino de una población entera.*
>
> > *Pero, reflexionamos, si la baja inteligencia no se corrige con la alimentación proteínica y sigue aunque vuelvan a estar bien alimentados, HEREDANDO a sus hijos su baja inteligencia por cuatro generaciones, lo que el experimento prueba es que la inteligencia se hereda y que la alimentación carente de proteínas produce, tal vez, cambios en los genes que determinan la inteligencia.*

Este cambio genético es tan permanente, tan difícilmente reversible, que genera cuatro generaciones de individuos con deficiencias mentales.

Si estos trabajos de laboratorio con animales los extrapolamos a lo humano, nos lleva a desesperan tes conclusiones por los círculos viciosos que se generan entre los grupos humanos con dietas escasas o nulas en proteínas.

Los argumentos y posturas de quienes sostienen que la inteligencia no se hereda tienen un franco cariz populista y político; pero quienes defienden la posición contraria también, a pesar de la seriedad de sus investigaciones, sus conclusiones se encuentran cargadas de prejuicios y argumentaciones abiertamente racistas.

Como los negros de los getthos obtienen las más bajas calificaciones en los pruebas de inteligencia, seis veces más que los blancos, su alto índice de natalidad Justifica que consideremos el retraso mental como una creciente amenaza o la vitalidad intelectual de la nación.

Shockley, U. de Stanford.
Premio Nobel de Ciencia.

Nuestra época, cargada de odios y actitudes discriminatorias y racistas (¿en qué época o país no ha ocurrido lo mismo?) el tema es difícil de tratar con objetividad aun en los departamentos de investigación de las más respetadas universidades y centros científicos de gran renombre.

Desde el punto de vista de quien practica la aplicación de pruebas mentales, la inteligencia es una fluida colección de habilidades sobrepuestas más que una única e identificable facultad. Y las pruebas capaces de descubrir habilidades diversas, pueden ser de gran valor para conocer la influencia predominante del nivel medio intelectual de un individuo.

P. E. Vernon.

Hay multitud de pruebas psicológicas que tienen por objeto medir las diferentes características de la personalidad. De éstas, las más confiables porque han sido las más investigadas, son las pruebas o “tesis” que miden el grado de inteligencia de los sujetos, a este nivel o grado se le llama coeficiente intelectual o I. Q.; aun cuando los resultados ya no se miden como un coeficiente, que se obtenía de la relación entre la edad mental y la edad cronológica, sino que en la actualidad y desde hace ya muchos años las calificaciones se dan en percentiles, que es una escala comparativa del 1 al 100, en tanto que el I. Q. se obtenía considerando 100 la media y las calificaciones que resultaban mayores que esta cantidad eran superiores a la media, en tanto que las que salían menores se consideraban inferiores a la media.

Las más comunes, usadas y eficaces, entre otras, son Wechler, Belleview, Terman-Merrel, Otis, Raven, etc., que llevan como la mayoría el nombre de sus autores o de la institución.

La mejor prueba de la personalidad de que dispone la psicología clínica es el psicodiagnóstico de la personalidad de Rorschach, el que también mide la inteligencia pero sin dar una calificación numérica, ya que esta prueba es para el estudio total de la personalidad. En México está casi en desuso debido a la larga y difícil preparación que exige a quienes la aplican. Sin embargo, hay quienes sin la preparación adecuada la utilizan con los consiguientes pobres o nulos resultados.

Los instrumentos de medición en gran escala se comenzaron a usar en 1917, en los Estados Unidos, cuando se aplicó a todos los enrolados para soldados durante la Primera Guerra Mundial.

Se utilizó una prueba llamada Alfa y los resultados y pronósticos de ella derivados, se validaron con el desempeño de los soldados durante su servicio.

Con lo que se tuvo la certeza de que sus resultados eran útiles, aunque sus pronósticos aún fueran imprecisos.

Antes, y aún mucho después, se llegó a decir que las pruebas de inteligencia sólo servían para medir la capacidad para resolver las propias pruebas.

El escepticismo del público era grande y se hicieron muchas burlas respecto a ellas, como años antes se burlaron de la vacuna contra la viruela de Jenner.

En el año de 1922, con el apoyo financiero de varias instituciones, el doctor Lewis Terman de la Universidad de Stanford, emprendió un ambicioso estudio para investigar qué era lo que las pruebas medían y, por otra parte, para qué servía lo que éstas evaluaban.

No pretendió descubrir si la inteligencia era o no heredada, ni si unos grupos étnicos eran o no más inteligentes que otros; simplemente si las pruebas (usó el Stanford-Binet, test del que era coautor) medían la inteligencia y qué características tenían quienes sobresalían en ellas.

Trabajos como el de Terman establecen más allá de toda duda que las pruebas de inteligencia miden características que son obviamente de considerable importancia en nuestra actual sociedad tecnológica. Decir que las habilidades medidas por las pruebas son irrelevantes o carecer de importancia, sería equivalente a repudiar la civilización tal cual es.

Arthur R. Jensen, Sociobiólogo.

El trabajo de Terman es un clásico monumental sin antecedente. Una investigación longitudinal, a largo plazo sobre un tema que no se había rigurosamente estudiado, y como tal permanece aún: la búsqueda v descubrimientos en el territorio virgen de la inteligencia.

Hasta entonces los tratados sobre este tema, que habían sido escritos por médicos o teóricos de la enseñanza, afirmaban que los niños precoces, los bien dotados intelectualmente eran anormales y se les consideraba "neurasténicos" -aún no se sabía nada de neurosis-, como entonces se decía y, asegurábase, que si llegaban a sobrevivir serían adultos estúpidos o locos. "Lo que pronto madura, pronto se pudre", decían.

De estos absurdos tratados se derivó el mito de que muchos de los grandes genios de la humanidad, habían sido de niños unos tontos, lo que, en verdad, sí es una tontería sin fundamento alguno, que aún ahora creen muchas personas casi siempre poco inteligentes y/o muy ignorantes.

LA JUSTICIA Y LA IGUALDAD NO HAN EXISTIDO MAS QUE DE NOMBRE.

EURÍPIDES, Los Fenicios.

El doctor Terman primero integró un grupo de estudiantes sobresalientes; se valió primero de la información que le proporcionaron los maestros del octavo año de primaria (último en los Estados Unidos), quienes escogieron a los alumnos que consideraban los más inteligentes y destacados de sus grupos; más delante, en 1923, con fondos provistos por instituciones de Nueva York el grupo quedó integrado por 1,528 muchachos de los que 857 eran hombres y 671 mujeres, cuyos niveles intelectuales,

después de haberlos sometido a pruebas, estaban por lo menos 20 puntos más arriba de la población media.

Además aceptaron sin presión alguna, el compromiso de permitir que se les aplicaran nuevas pruebas, hicieran entrevistas e investigaran el desarrollo de sus actividades durante el resto de sus vidas.

A todos ellos se les aseguró una confidencialidad total en todo lo que de ellos se supiera y en los trabajos que sobre este estudio se publicaran; cada uno de ellos no sería nada más que una unidad estadística.

ES FALSO QUE LA IGUALDAD SEA UNA LEY NATURAL; LA NATURALEZA NO HACE NADA IGUAL.

VAUVENARGES, Reflexiones.

Lo primero que encontró cuando quedó integrado el grupo y comenzó a organizar su información fue que, dada la misma edad, eran más altos, más fuertes, de más rápida maduración sexual, más exitosos en términos generales en la escuela y con un desarrollo ético superior; todo esto con respecto al promedio de la población general del país.

El equipo de psicólogos, médicos, maestros e investigadores, formado y dirigido por Terman hasta la muerte de éste en 1954, trabajó sin interrupción y aún lo sigue haciendo en el local lleno de archiveros, computadoras y escritorios que se les asignó en la Universidad de Stanford.

Este equipo de trabajo se, dedica al seguimiento de los probandos que aún sobreviven y llevan un récord minucioso de lo que han hecho y les ha acontecido a cada uno de ellos durante todos esos años.

El grupo de jóvenes que sirvió para la prueba satisfizo con abundancia las espectaciones que en sus hipótesis de trabajo tenía el doctor Terman.

En la plenitud de sus vidas adultas, los miembros del grupo, en promedio, habían con mucho sobrepasado el promedio de la' población general en todas las categorías predichas: académica, política, económica, ética y cívicamente.

Y todos sus logros habían sido con menos delincuencia, menos alcoholismo, menos enfermedades mentales y generales, menos convicciones criminales y muchas menos muertes prematuras.

Gran parte de los sujetos de Terman que aún vivían, casi todos en la década de los 80 años de edad, continuaban con la vida nómada de los estadounidenses actuales y seguían siendo fieles corresponsales del Instituto Terman de la Universidad de Stanford.

Es probable que cuando muchos de quienes lean este libro lo hagan, ya no quede ninguno de los miembros que formaron este grupo con cl que fue posible hacer la primera gran investigación sobre la inteligencia.

Hace unos diez años se les envió un cuestionario más, relativo a los problemas de la ancianidad, el retiro. Los resultados no se han publicado aún. Es probable que el estudio se haya dado por concluido.

Se ha pretendido sacar muchas conclusiones del trabajo de Terman, quien sólo quiso saber si las pruebas medían la inteligencia y qué ventajas o desventajas tenía para una persona ser o no inteligente.

> *A pesar de todos los defectos que hubo en la selección de la muestra de acuerdo a las normas estadísticas actuales,, las pruebas se aplicaron y calificaron objetivamente, y sus resultados son un realista y útil perfil de un numeroso grupo social de personas inteligentes.*

A los 25 años de practicadas las pruebas de Terman, se eligió un grupo de jueces, especialistas en diversas disciplinas para que, después de estudiar los expedientes (se conservó el anonimato), escogieran a los 150 sujetos que consideraran con mejores logros y a los 150 con los peores resultados.

LA DOCTRINA DE QUE TODOS LOS HOMBRES SON, EN CUALQUIER SENTIDO O QUE HAN SIDO EN CUALQUIER ÉPOCA, LIBRES E IGUALES, ES UNA FICCIÓN QUE CARECE TOTALMENTE DE BASE.

T. H. HUCLEY, On the Natural Inequality.

Las diferencias entre los dos subgrupos fue más notable, mayor aún que las del grupo en estudio y la población general; había triunfadores y fracasados; felices e infelices; amantes de la vida y suicidas.

En 1972, a los 50 años de iniciada la investigación lo que se pudo concluir del estudio fue que aunque ya viejos seguían siendo cuando menos 30 puntos más inteligentes que la población general; que tal vez, eran más longevos, pero lo que fundamentalmente quedó demostrado con el trabajo de Terman, es que el triunfo, el éxito o los buenos logros en la vida, tal cual éstos son ahora considerados, no pueden ser atribuidos a la inteligencia sino que es algo que concierne a la personalidad, a la madurez emocional y también, un tanto, al azar.

NOSOTROS MANTENEMOS ESAS VERDADES COMO AUTOEVIDENTES: QUE TODOS LOS HOMBRES SON CREADOS IGUALES.

Thomas JEFFERSON, Declaración de Independencia de los E. U. A.

Lo importante no es tener muy alta inteligencia, lo que sí importa es cómo se la usa, cómo obtener el mayor provecho de lo que se tiene; y eso sólo se logra cuando la persona tiene un buen equilibrio emocional, esto es, no es presa de graves conflictos interiores ni su yo se ha empobrecido con problemas emocionales o neuróticos. Cuando es una persona que ha cultivado las características de la personalidad que le permiten enfrentar los problemas del vivir del mejor modo posible.

> *A ese uso adecuado de la inteligencia se le llama: eficiencia intelectual, el que indica el aprovechamiento y no el nivel (I. Q.) intelectual que se tenga.*

Hay sujetos con un muy alto grado de inteligencia, pero con muy pobre nivel de eficiencia.

Son personas que no pueden o no saben cómo utilizar lo que tienen (generalmente por problemas de la personalidad) y sus logros son muy inferiores a los de otras personas que tienen un nivel medio y aun por debajo de la media, pero que tienen un alto grado de eficiencia, por lo que logran resultados mucho mejores y más satisfactorios, para ellos y para la sociedad, que los ineficientes talentosos. Recordemos la popular fábula de la tortuga y la liebre.

Hay, además, varias bien definidas facultades intelectuales que permiten a los sujetos destacar en unas áreas, en tanto que en otras, no pueden resolver ni los más sencillos problemas que exigen esa facultad.

Examinemos algunas de las más importantes y claramente definidas cualidades, facultades ó funciones de la inteligencia.

TODOS LOS HOMBRES NACEN LIBRES E IGUALES.

John ADAMS, Constitución del Estado de Masachusets, E.U.A.

> *El pensamiento concreto facilita el manejo de temas determinados, definidos, es un tipo de pensamiento objetal; el manejo de cosas y no de conceptos es su fuerte, como estadísticas, objetos, números, dinero, personas, pero como cosas o números, no como seres humanos.*

Deseamos insistir en que las formas en que la inteligencia trabaja, y a las que nos estamos refiriendo no deben considerarse como un todo del talento sino a aspectos parciales del intelecto y que todos los humanos tenemos en mayor o menor medida todos y cada uno de éstos, aunque en algunos casos, un sujeto puede tener muy desarrollado uno de éstos y muy poco algún otro de ellos.

> Abstracción.- *Facilidad para pensar de modo amplio, inmaterial, generalizado o abstracto. Destreza en el manejo de conceptos más que el de objetos. Capacidad para contemplar con perspectiva los problemas en su totalidad; habilidad para establecer relaciones entre elementos distantes o dispersos ya sea en el tiempo o en el espacio.*

Relaciones espaciales.- *Es la capacidad para establecer correspondencia o conexiones lógicas, geométricas o matemáticas entre dos o más objetos o problemas aparentemente diversos, integrándolos en un todo significativo.*

> Inducción.- *Es la aptitud para el pensamiento lógico basado en inferencias de los elementos de un todo para llegar a conclusiones, principios o generalizaciones valiéndose de las partes. Es la facultad mental que permite organizar los detalles o partes en un todo coherente. Es el pensamiento que llega a conclusiones de carácter general a partir de lo singular. Este es un rasgo fundamental en el trabar científico; lo que no significa que todos los que se dedican a esta actividad lo tengan en el nivel adecuado.*
>
> > *Es por medio de esta aptitud que es posible sintetizar. Reducir un todo a lo esencial.*
>
> ***TODOS SOMOS IGUALES, LA NATURALEZA ASI TE HIZO.***
> ***LA IGUALDAD ES UN DERECHO DE NACIMIENTO.***
>
> ***Robert SOUTHEX, Wal Tyler.***

Detallismo.- *Es otra característica o función intelectual que hace que los sujetos se fijen más en los detalles que en el todo, pero no siempre en aquello que es significativo de lo observado sino en la minucia estéril y superficial.*

> Deducción.- *Al contrario de la inducción, es el funcionamiento mental requerido en el análisis, es pensamiento analítico; permite sacar conclusiones particulares partiendo de lo general, así como también encontrar las relaciones lógicas entre las teorías, principios o generalizaciones y las particularidades de los problemas que se plantean.*

Estas facultades intelectuales son sólo algunas de las más destacadas, pero ni con mucho la totalidad de las que constituyen la inteligencia, mencionemos, por ejemplo, la disposición para la matemática, la música, el dibujo, la destreza manual y la digital, el canto, la danza, y otras muchas, las que además exigen condiciones anatómicas y fisiológicas especiales.

Repitiendo ya que lo que venimos viendo es importante y se presta a confusiones; estos rasgos mentales los poseemos casi todos aunque con niveles diferentes que van desde el más alto grado en uno o varios de ellos, hasta la total ausencia, también, de alguno o varios de ellos.

> *Estas facultades son las que hacen que algunas personas destaquen, de manera excepcional algunas veces, en ciertas actividades y fracasen cuando intentan otras.*
>
> > *De allí la importancia que tiene para todos el dedicarse a hacer aquello que podemos y no ir por la vida tratando de hacer lo que no podemos, lo que, junto con ciertas características de la personalidad lleva a los hombres a ser o ganadores o perdedores. No hay refrán más falso, ni más frustrante, a pesar de lo mucho de que se le usa, que el que afirma que:*

QUERER ES PODER

El que convendría fuera cambiado por uno que dijera como Perogrullo: NADIE PUEDE MÁS DE LO QUE PUEDE.

Por otra parte, el éxito o triunfo en la vida no puede ser -como tanta gente cree- el acumular riquezas, lograr fama, escalar altos puestos o tener poder. La vida ordenada, sin carencias ni excesos, la paz interior, la confianza realista en sí mismo, la satisfacción en el trabajo, pero no con el trabajo como fin sino como medio de dar satisfacción a nuestra creatividad y para obtener de él los recursos materiales necesarios para el bienestar propio y de los nuestros.

Pero para concluir este tema, veamos ahora algo sobre el que es tal vez el más importante componente de la inteligencia:

CUANTAS COSAS HAY QUE YO NO NECESITO.

Sócrates, según Cicerón.

LAS MOTIVACIONES

Las motivaciones son -y ésta es una de las palabras que habiendo sido acuñada originalmente para designar un fenómeno psicológico pasó al lenguaje común con un significado diferente y equívoco- psicológicamente hablando, el conjunto de impulsos, instintos, deseos, intereses, anhelos que todos los seres humanos tenemos pero que generalmente son inconscientes, casi siempre pertenecientes al ello y que, voluntariamente no las podemos traer a la conciencia.

Las motivaciones se confunden en el lenguaje vulgar con “motivos”, que es algo totalmente distinto.

Las motivaciones nos impelen, determinan nuestra conducta sin que nos percatemos de que lo que estamos haciendo está condicionado por algo dentro de nosotros cuya existencia no llega al nivel de nuestra conciencia.

Popularmente hasta se ha inventado el verbo motivar, cuyo aproximado sentido es estimular, dar incentivos, lograr que alguien haga algo, hacer atractiva a cierta persona, cosa o idea. Se dice a los vendedores que deben motivar a sus clientes, a los maestros que traten de motivar a sus alumnos, a los capataces que motiven a sus obreros y así ad infinitum.

Hay medios de lograr más ventas, mejores estudiantes, más productividad: pero no motivando, porque esto es imposible.

NADIE PUEDE MOTIVAR A NADIE, por otra parte, todo acto de conducta está motivado por una o varias motivaciones.

Algunas personas cuyas actividades consisten en modificar, en su propio beneficio, en el de una causa, una idea o un credo logran hacerlo no motivando sino APELANDO A LAS MOTIVACIONES QUE TODOS LOS HUMANOS TENEMOS.

El descubrimiento del fenómeno y el uso indiscriminado de la palabra motivaciones y, por consecuencia, el invento del verbo motivar, tiene su origen en lo que se, llama Investigación Motivacional o Investigación de Motivaciones, actividad que inventó durante la Segunda Guerra Mundial el psicoanalista alemán Ernest Dichter, quien trabajó para el ministerio de propaganda de Hitler dirigido por Goebels; donde aplicó los conocimientos y técnicas psicoanalíticas al servicio de la propaganda nazi.

Al terminar la guerra se fue a los Estados Unidos donde comenzó a aplicar y mejorar sus técnicas en la publicidad comercial en lugar de la propaganda política. Sus métodos y principios de trabajo los expuso en conferencias y algunos libros que publicó (entre los que están Motivation Research y Why the People Buy?). En Nueva York estableció una gran empresa para dar servicio de asesoría a la industria y el comercio.

Su trabajo se basa en investigar primero cuáles son las motivaciones dominantes en un grupo dado y, después utilizar este conocimiento, que son los anhelos, deseos, impulsos, instintos, etc., de los individuos que componen el grupo estudiado, y utilizando estas necesidades humanas hacerlos comprar, por medio de la publicidad, productos con que aparentemente las satisfarán.

Estas investigaciones se practican no en toda la población de una ciudad o país, sino en una muestra estadística representativa bien diseñada.

Por ejemplo: según los resultados de una investigación la mayoría de las personas a quienes se quiere obligar a cambiar su conducta, esto es, comprar algo que no les interesa per se, tienen entre sus motivaciones dominantes la necesidad de ser aceptadas y temor a ser rechazadas.

Entonces por medio de la publicidad difunden la creencia de que quienes utilizan el producto que quieren vender, son ampliamente aceptadas; el producto, sin decirlo claramente, es la llave que abre las puertas de la aceptación, pero además usan otra motivación universal: el miedo, amenazan demostrando veladamente que quien no los usa es rechazado.

Una joven a quien la publicidad induce a comprar cierta marca de pantimedias, no compra algo que le cubra o complemente su vestuario sino: piernas bellas y

atractivo sexual.

En un anuncio que con variaciones sin número ha sido usado miles de veces y por diferentes productores, presentan a un joven que por no usar cierto aderezo para el cabello no sólo no es aceptado sino objeto de burlas, pero en cuanto lo usa lo reciben con grandes muestras de alegría y admiración.

Por supuesto el uso de las motivaciones con estos fines, es algo muy inmoral, quienes lo hacen están utilizando una facultad humana de supervivencia y/o de interrelación social, para manipular a personas que buscan saciar necesidades biológicas o psicológicas haciéndolas que compren algo en beneficio del manipulador y en perjuicio de quien, irracional e inconscientemente se dejó engañar adquiriendo algo que puede ser utilísimo pero que no servirá para resolver la motivación que lo llevó al acto de compra.

Repetiremos, es un acto profundamente inmoral aprovechar las motivaciones de los demás en beneficio propio.

Ahora bien, este uso es, por el contrario, ético, cuando se le utiliza en beneficio de quien tiene las motivaciones y no de quien, conociéndolas, obtiene algún beneficio para él solamente.

> *El padre o el maestro, a menudo sin saberlo, le dicen al joven con grandes deseos de prestigio o de mejorar su nivel socioeconómico, que si estudia con ahinco y se esfuerza es más probable que logre sus anhelos y que, si no lo hace, no logrará lo que tanto desea.*
>
> > *Ellos no están mintiendo como en los anteriores ejemplos no obstante que están valiéndose de las motivaciones del joven para lograr un cambio en su conducta, pero este cambio lo beneficiará primariamente y de manera secundaria al padre o maestro ya que con ello están cumpliendo más adecuadamente su función. Utilizaron motivaciones similares a las anteriores: el afán de superación y el miedo.*

El hombre de nuestra época es bombardeado, dondequiera que se encuentre, por multitud de llamados que apelan a sus más profundas e inconscientes motivaciones para hacerlo caer en el consumismo inútil.

Lo que no lo ayudará a resolver sus necesidades, impulsos, anhelos, deseos o instintos, sino que por el contrario las aumentará, enajenándolo y dejando que rijan sus vidas quienes sólo desean obtener ventajas para ellos sin dar a cambio más que falsedad y mentiras.

Se han llevado a cabo diversos trabajos de investigación para conocer el efecto que este manipuleo psicológico durante años, ha tenido en la sociedad en general y en el individuo en particular; todo indica que la gente ya no puede vivir sin que le mientan, porque izo puede soportar la verdad. Y, para bien o para mal del futuro -ya presente- de la sociedad, ¡tal vez sea cierto!

Ahora bien, estas motivaciones a las que podemos considerar, repito, instintos, impulsos, necesidades, deseos, etc., tienen dos orígenes:

> *Unas son biológicas o genéticas, como: Hambre, necesidad de abrigo, sed, miedo, sexo, excreciones y otras.*

LLEGÓ LA TARDE Y LOS MUCHACHOS TOMARON SUS LUGARES. EL PATRÓN, EN SU UNIFORME DE COCINERO, SE COLOCÓ DE GUARDIÁN JUNTO AL CALDERO Y SUS MISERABLES ASISTENTES SE ALINEARON DETRÁS DE ÉL; UN CALDO ESPESO DE HARINA LES FUE SERVIDO Y MUSITARON UNA LARGA ORACIÓN DE GRACIAS LOS PEQUEÑOS PLEBEYOS, LOS MUCHACHOS MURMURABAN ENTRE SÍ Y VOLTEABAN A VER A OLIVER MIENTRAS QUE SUS VECINOS INMEDIATOS LE HACIAN SEÑAS CON EL CODO. NIÑO COMO ERA, DESESPERADO POR EL HAMBRE Y TEMERARIO EN SU MISERIA, SE LEVANTÓ DE LA MESA Y AVANZÓ HACIA EL PATRÓN CON LA CAZUELA Y LA CUCHARA EN LAS MANOS Y LE DIJO:

-POR FAVOR, SEÑOR, QUIERO UN POCO MÁS.

EL PATRÓN ERA UN HOMBRE GORDO. Y SALUDABLE, PERO PALIDECIÓ. MIRÓ ESTUPEFACTO AL PEQUEÑO REBELDE DURANTE UNOS SEGUNDOS Y SE ASIÓ DEL CALDERO PARA APOYARSE. LOS ASISTENTES ESTABAN PARALIZADOS DE ASOMBRO; LOS MUCHACHOS DE TEMOR.

-iQUE! -DIJO EL PATRÓN FINALMENTE CON VOZ DÉBIL.

-POR FAVOR, SEÑOR -REPLICÓ OLIVER-, QUIERO UN POCO MAS.

EL PATRÓN LE LANZÓ UN GOLPE A LA CABEZA CON EL CUCHARÓN; EL CAYÓ EN SUS BRAZOS Y LANZÓ UN FUERTE GRITO DE DOLOR LLAMANDO AL ALGUACIL.

Charles Dickens, Oliver Twist.

Todas ellas están al servicio de la conservación ya sea del individuo o de la especie. Ninguna de éstas es adquirida, llegamos con ellas.

Otras son psicológicas, con algunas, llegamos al nacer y otras las adquirimos en el transcurso de nuestras vidas, pero, aun éstas, se apoyan en algún factor constitucional.

Algunas exigen satisfacción inmediata a tal grado, que de no hacerlo, no sólo se pone en peligro, sino que puede costar la vida del individuo; esto en lo que se refiere a las biológicas.

> *Las psicológicas, como veremos más adelante, algunas veces ponen en peligro la vida, pero en general, si no se las satisface producen ansiedad, que a veces llega a ser muy intensa y provocar estados depresivos que, a veces, son graves.*
>
> > *De las motivaciones biológicas simplemente ya enumeramos unas cuantas y más adelante haremos algunos. comentarios, pero a las psicológicas les dedicaremos más atención ya que su función es menos clara pero no por eso menos importante.*

Estudiaremos las más destacadas por su función o por la energía con que se presentan.

> *Y, sobre todo, aquellas que durante la adolescencia comienzan a incrementarse; tanto en su uso, para enfrentarse a la problemática cada vez más 'compleja, como en su extensión, dada la amplitud y variedad de los intereses y actividades que en esa edad ocurre.*

EL PRESTIGIO ES LA SOMBRA DE LA VIRTUD.

SÉNECA, Ad Lucilium.

PRESTIGIO

Esta es una motivación psicológica muy antigua en la historia del hombre.

El camino más seguro para lograr un prestigio sólido es y fue el trabajo responsable, honesto y bien hecho. La habilidad de los artesanos', aun en el modesto ámbito en el que operaban en tiempos pasados y aun en épocas primitivas,' les permitió, ganar prestigio y con ello, consideraciones, fama, confianza y también recursos económicos abundantes.

> *En el pasado, sólo por mencionar unos cuantos, los buenos guerreros, los cazadores hábiles, el artesano trabajador y cumplido, el comerciante escrupuloso, atento y honrado, el curandero y aun el hechicero sagaz lograban 'prestigio duradero y bien merecido.*
>
> > *En la actualidad el trabajo eficaz, responsable y honesto, sigue siendo dispensador de prestigio solido y permanente.*

Pero los medios de comunicación con fines comerciales, el excesivo consumo de cosas inútiles, la monetización del prestigio, han modificado los medios de lograrlo pero no la necesidad de tenerlo.

El prestigio no es algo que sé tiene sino que se gana y se conserva mientras se posee lo que permitió lograrlo. El prestigio verdadero no es algo que pueda atribuírselo uno mismo o lograrlo por dinero, sino que tiene que ser un reconocimiento otorgado por los demás.

Como ya hace siglos, hoy, más que nunca, podemos con el poeta decir: Poderoso caballero es don dinero; pero quien lo tiene, hoy como antes, puede lograr admiración, lo que es muy diferente al prestigio, y aun éste pertenece más al dinero que a quien lo posee.

Desde el comienzo del hombre siempre ha habido quienes buscan prestigio valiéndose de medios fáciles para llamar la atención y creer y hacer creer a algunos tontos y enajenados (siempre los hubo) que eran famosos; en los primitivos unas conchas, tatuajes, pintura en el cuerpo, apariencia de valor y atribuirse acciones realizadas por otros eran suficientes.

> *En la actualidad con los medios de comunicación masivos, la publicidad y la existencia de empresas que no sólo aceptan sino exigen el falso prestigio; éste se le atribuye con inusitada frecuencia a charlatanes, farsantes y personas sin talento ni habilidad alguna pero que gozan de la efímera popularidad que estos medios fabrican y caen en el olvido con la misma rapidez con que surgieron, cuando a sus creadores les conviene sustituirlos por otros más productivos.*
>
> > *Puede tenerse prestigio entre un grupo poco numeroso o abarcar una sociedad o un país entero, y aun rebasar las fronteras; lo que ya es mejor denominarlo fama; pero sin perder de vista que se puede ser famoso y desprestigiado; que hay buena y mala fama.*

QUIERO DECIR, SANCHO, QUE EL DESEO DE ALCANZAR FAMA ES ACTIVO EN GRAN MANERA. ¿QUIEN PIENSAS Tú QUE ARROJO A HORACIO DEL PUENTE ABAJO ARMADO DE TODAS ARMAS EN LA PROFUNDIDAD DEL TIBRE? ¿QUIEN ABRASO EL BRAZO Y LA MANO DE MUCIO? ¿QUIEN IMPELIÓ A CURCIO A LANZARSE EN LA PROFUNDA SIMA ARDIENTE QUE APARECIÓ EN LA MITAD DE ROMA? ¿QUIEN, CONTRA TODOS LOS

AGÜEROS QUE SE LE HABLAN MOSTRADO, HIZO PASAR EL RUBICÓN A CESAR? Y, CON EJEMPLOS MÁS MODERNOS, ¿QUIEN BARRENÓ LOS NAVÍOS Y DEJÓ EN SECO Y AISLADOS A LOS VALEROSOS ESPAÑOLES GUIADOS POR EL CORTESISIMO CORTES? TODAS ESTAS Y OTRAS GRANDES Y DIFERENTES HAZAÑAS SON, FUERON Y SERÁN OBRAS DE LA FAMA, QUE LOS MORTALES DESEAN COMO PREMIO Y PARTE DE LA INMORTALIDAD QUE SUS FAMOSOS HECHOS MERECEN, PUESTO QUE LOS CRISTIANOS, CATÓLICOS Y ANDANTES CABALLEROS MÁS HABEMOS DE ATENDER A LA GLORIA DE LOS SIGLOS VENIDEROS. QUE ES ETERNA EN LAS REGIONES ETÉREAS Y CELESTES, QUE A LA VANIDAD DE LA FAMA QUE EN ESTE PRESENTE Y ACABABLE SIGLO SE ALCANZA; LA CUAL FAMA, POR MUCHO QUE DURE, EN FIN SE HA DE ACABAR CON EL MISMO MUNDO, QUE TIENE SU FIN SEÑALADO: ASÍ, ¡OH, SANCHO!, QUE NUESTRAS OBRAS NO HAN DE SALIR DEL LÍMITE QUE NOS TIENE PUESTO LA RELIGIÓN CRISTIANA QUE PROFESAMOS. HEMOS DE MATAR EN LOS GIGANTES A LA SOBERBIA; A LA ENVIDIA, EN LA GENEROSIDAD Y BUEN PECHO; A LA IRA, EN EL REPOSADO CONTINENTE Y QUIETUD DE ANIMO; A LA GULA Y AL SUEÑO, EN EL POCO COMER QUE COMEMOS Y EN EL MUCHO VELAR QUE VELAMOS; A LA LUJURIA Y LASCIVIA, EN LA LEALTAD QUE GUARDAMOS A LAS QUE HEMOS HECHO SEÑORAS DE NUESTROS PENSAMIENTOS; A LA PEREZA, EN ANDAR POR TODAS LAS PARTES DEL MUNDO BUSCANDO LAS OCASIONES QUE NOS PUEDAN HACER Y HAGAN, SOBRE CRISTIANOS, FAMOSOS CABALLEROS. VES AQUÍ, SANCHO, LOS MEDIOS POR DONDE SE ALCANZAN LOS EXTREMOS DE ALABANZAS QUE CONSIGO TRAE LA BUENA FAMA.

CERVANTES, Don Quijote de la Mancha.

La civilización contemporánea ha creado productos a los que los sociólogos llaman dispensadores, que en el tema que tratamos serían dispensadores de prestigio, los que por medios publicitarios son popularizados y la gente enajenada (convencida de las mentiras sociales), sin ningún mérito ni capacidad para lograr el prestigio verdadero, los utilizan suponiendo que con ellos obtienen auténtico prestigio y sólo participan del que los publicistas y el público inseguro y manipulado, ha incorporado a esos productos, servicios o lugares.

> *Entre los dispensadores de prestigio más comunes en las ciudades grandes como México podemos mencionar los automóviles, los cosméticos, las ropas, los peinados, los vinos y licores, las vacaciones y asistencia a lugares "exclusivos", los lugares y objetos para VIPS (very important persons), o para los llamados "ejecutivos" quienes en realidad sólo ejecutan órdenes pero no deciden, y otros muchos.*

El usuario de estos dispensadores de prestigio no siempre tiene la capacidad económica pero, la satisfacción de su necesidad irracional de prestigio es tan poderosa que los lleva a sacrificar cosas indispensables o útiles a cambio de la pasajera y a veces frustrante satisfacción de su motivación, la que siempre quedará insatisfecha mientras se usen medios espurios y no los legítimos para lograrla.

A continuación, otra motivación. Ésta es de carácter universal, esto es, común a todos los humanos y aun a todos los animales, cuyo origen es claramente biológico, pero que, sobre todo actualmente, ha sido revestida de un fuerte contenido psicológico, nos estamos refiriendo al sexo.

LOS MAS FUERTES HOMBRES TIEMBLAN ANTE EL SEXO DÉBIL.

Samuel PURCHAR, Peregrinaje.

SEXO

No vamos a referirnos a las características de las motivaciones sexuales primarias que son de sobra conocidas, sino a las sutiles manifestaciones de esta motivación y a la forma en que son explotadas para lograr beneficios ya sean mercantiles o personales.

¿Se puede hablar de una necesidad de acoplamiento? Ciertas condiciones hormonales y estímulos particulares, visuales, orales u olfativos desencadenan, en todo caso, los impulsos que pueden adquirir un carácter imperioso, sin que, en este caso, se trate de necesidades vitales para el individuo.

H. Pierón, la motivación.

El deseo de ser atractivo al sexo opuesto es una clara, pero indirecta manifestación del impulso sexual.

La búsqueda de la belleza, del atractivo físico, ha sido desde siempre un medio de lograr, particularmente por el sexo femenino, los objetos sexuales deseados.

Entre los hombres, sin que lo anterior deje de tener validez particularmente en nuestra época, la fortaleza física, la destreza en la lucha, las hazañas bélicas (antes), o deportivas y, muy significativamente, la riqueza (ahora), han sido los medios más favorecidos para conquistar objetos sexuales.

Dadas las condiciones imperantes en nuestra civilización el atractivo sexual máximo que un hombre tiene para el sexo opuesto, ya no es el aspecto físico o fortaleza, sino lo abultado de su chequera.

En trabajos de investigación psicológica que se han llevado a cabo recientemente se ha descubierto que entre un hombre joven, apuesto e interesante y uno feo, casi viejo, y nada interesante, pero reconocidamente muy rico, este último, produce mayor excitación sexual que el primero, en la mayoría de las mujeres sujetas a la prueba.

Gran parte de la publicidad, utilizando el camino fácil, más simple -ya que el sexo es una motivación universal- y el que exige menos esfuerzo para llegar a las motivaciones básicas del ser humano, es al que con más frecuencia recurren para vender cualquier cosa, sexualizando tractores, neumáticos, tubos, viajes, en fin, aun lo más ajeno al sexo.

Las motivaciones sexuales se manifiestan en las más variadas formas y que en apariencia nada tienen que las relacione con ello, enumeremos sólo algunas: la vestimenta, que en algunas personas tiene sólo la función realista de protegerse del clima, en otras es una primordial, imperiosa necesidad de mostrar un nivel socio-económico o de ir con la moda, así como los vestuarios exagerados y numerosos de que hacen gala muchas personas dedicadas principalmente a los espectáculos y a veces, también a la política.

Recuerdo un político mexicano cuyo guardarropa, por excesivo, fue motivo de reportajes en la prensa de los Estados Unidos; y más recientemente, los miles de pares de zapatos de la esposa del exdictador de las Filipinas.

Estas motivaciones psicológicas son adquiridas, no heredadas; pero se apoyan en la biológica de abrigo y, en ocasiones, se combinan con la necesidad de seguridad. Un sujeto que se siente inseguro sexualmente combate este problema haciendo su

presentación, según él, más atractiva, exagerándola; aunque esto lo lleve con frecuencia a caer en lo grotesco o lo ridículo.

“Hace algunos años caminando por :una céntrica calle de la Ciudad de Panamá, vi que por la acera de enfrente iba un muy conocido periodista de México (quien murió trágicamente algunos años después); me llamó la atención el interés que causaba entre los viandantes porque, pensé, que no sabía que fuera también muy conocido en ese país; luego reparé en que lo acompañaba una mujer, nada bella y entrada en años, quien iba enfundada en un ostentoso abrigo de visón y que era lo que la gente veía y de lo que hacían comentarios burlescos con la gracia de los caribeños. La razón de la admiración y burlas era que, a la sazón, la temperatura, agobiante aun para los panameños, era, de 42 grados centígrados.”

SI UNO CONSIDERA EL IMPORTANTE PAPEL QUE EL IMPULSO SEXUAL EN TODOS SUS GRADOS Y MATICES JUEGA, NO SÓLO EN EL TEATRO Y LAS NOVELAS, SINO TAMBIÉN EN LA VIDA REAL DONDE, JUNTO AL AMOR A LA VIDA, MANIFIESTA SUS MAS FUERTES Y PODEROSOS MOTIVOS; RECLAMA CONSTANTEMENTE LA MITAD DE LA ENERGÍA Y PENSAMIENTOS DE LA PORCIÓN MAS JOVEN DE LA HUMANIDAD, ES META FINAL DE CASI TODOS LOS ESFUERZOS HUMANOS. EJERCE UNA INFLUENCIA ADVERSA EN LOS MAS IMPORTANTES SUCESOS; INTERRUMPE LAS MAS SERIAS OCUPACIONES CADA HORA, A VECES PONE EN APRIETOS A LOS MAS CLAROS TALENTOS, NO DUDA EN ENTROMETERSE CON SU FUTILIDAD INTERFIRIENDO LAS NEGOCIACIONES DE LOS ESTADISTAS Y LAS INVESTIGACIONES DE LOS SABIOS.

> *SABE CÓMO DESLIZAR SUS CARTAS DE AMOR O RIZOS DE CABELLOS AUN EN LOS PORTAFOLIOS MINISTERIALES O EN LOS MANUSCRITOS FILOSÓFICOS; TAMBIÉN, TODOS LOS DÍAS PLANEA LOS MAS ENREDADOS Y PEORES ACTOS:*
>
> > *DESTRUYE LAS MAS VALIOSAS RELACIONES, ROMPE LOS LAZOS MAS FIRMES, DEMANDA, A VECES, EL SACRIFICIO DE LA VIDA O DE LA SALUD; A VECES, DE LA RIQUEZA, DEL RANGO Y DE LA FELICIDAD.*

NO SÓLO ROBA A QUIENES SON HONESTOS DE CONCIENCIA; HACE A AQUELLOS QUE HASTA ENTONCES HAN SIDO FIELES: TRAIDORES.

> *EN GENERAL, POR TANTO, PARECE COMO UN DEMONIO QUE SE ESFUERZA EN PERVERTIR, CONFUNDIR Y REVOLVER TODO: ENTONCES, SE VERA UNO FORZADO A GRITAR: ¿POR QUÉ TODO ESE RUIDO? ¿POR QUÉ TODA ESA TENSIÓN Y TORMENTO, ESA ANSIEDAD Y DESEO?, ES SIMPLEMENTE EL PROBLEMA DE QUE CADA JUAN ENCUENTRE A SU JUANA.*

¿POR QUÉ TAL PEQUEÑEZ DESEMPEÑA TAN IMPORTANTE PARTE, Y CONSTANTEMENTE INTRODUCE DISTURBIOS Y CONFUSIÓN EN LA REGULADA VIDA DEL HOMBRE?

PARA EL DILIGENTE INVESTIGADOR EL ESPÍRITU DE LA VERDAD GRADUALMENTE REVELA LA RESPUESTA. NO ES UNA PEQUEÑEZ EL PROBLEMA EN CUESTIÓN, POR EL CONTRARIO, LA IMPORTANCIA DEL ASUNTO ES APENAS PROPORCIONADA A LA SERIEDAD Y ARDOR DEL ESFUERZO. EL FIN ULTIMO DE TODA MATERIA AMOROSA, SEA DE HARAPOS O DE GALA, ES EN REALIDAD MÁS IMPORTANTE QUE CUALQUIERA OTRA FINALIDAD DE LA VIDA

HUMANA Y MERECE, POR LO TANTO, LA PROFUNDA SERIEDAD CON QUE TODOS LA PERSIGUEN.

LO QUE VA A SER DECIDIDO ES, NADA MENOS, QUE LA COMPOSICIÓN Y EXISTENCIA DE LA PRÓXIMA GENERACIÓN. LA DRAMATIS PERSONAE QUE APARECERÁ CUANDO HAYAMOS SIDO RETIRADOS DEL ESCENARIO, HA SIDO ASÍ DETERMINADA; TANTO EN RELACIÓN A SU EXISTENCIA COMO A SU NATURALEZA, POR ESOS FRÍVOLOS ASUNTOS AMOROSOS.

SCHOPENHAUER, The World as Will asid Idea.

Es interesante apuntar que la cita anterior fue escrita antes del nacimiento de S. Freud.

> *Los afeites, el maquillaje, los peinados, el modo de caminar, conformación física que lleva a muchos sujetos a someterse a extenuantes y prolongados ejercicios así como a la ingestión de drogas para lograr una musculatura y vigor que naturalmente no tienen y que en algunos casos es su ocupación básica, esto entre los varones principalmente, aunque hay mujeres que lo practican logrando resultados contrarios, si lo que pretenden es ser atractivas al sexo opuesto.*

Entre las mujeres es más común que en el hombre recurrir a la cirugía cosmética para cambiar su apariencia física, a veces con fatales consecuencias.

> *También mencionaremos las dietas para reducir peso, a menudo innecesariamente y otras inútilmente. Para lograrlo muchas recurren al uso de drogas que ponen en ' peligro la salud y hasta la vida.*

Como se verá, las motivaciones, particularmente la que acabamos de estudiar, se pueden manifestar en acciones aparentemente sin relación con el fenómeno psicológico que las origina.

EL QUE NACE NOBLE, NOBLEMENTE DEBE ENFRENTAR SU DESTINO.

EURÍPIDES, Alemena.

STATUS

En las ciencias sociales modernas status denota el nivel con respecto a la distribución de influencia o ascendiente dentro de un sistema social e implica la organización de derechos, obligaciones, poder y autoridad dentro de tal sistema.

Se puede decir que el status de una persona es alto, mediano o bajo. En términos populares se dice clase alta, clase media, clase baja, etc.

> *Hace siglos se nacía y moría con un status, se podía ser esclavo, plebeyo, patricio, peón, carnicero, campesino y otros.*
>
> > *La movilidad social prácticamente no existía y este estatismo se extendió durante milenios; en México, comenzó a haber una verdadera movilidad social a partir de la Independencia y se incrementó con la Revolución.*

La movilización social tan grande y que ha llegado a las masas es la que da la tónica del comportamiento actual, en el que a las mayorías no les importa ser sino parecer; aparentar riqueza, posición, bienestar, importancia, etc., es lo que se busca más que la verdadera riqueza, posición o lo demás; y el medio para lograrlo en vez de

los caminos adecuados para satisfacer la motivación, son los artículos de consumo que hemos mencionado: los dispensadores de status en este caso.

El último libro que escribió Erik Fromm se llama To Be or To Have, en el que plantea el problema actual de que cada día es mayor el número de personas a quienes les interesa más tener que ser; pero las cosas van más allá aún, porque ya hay muchos a quienes les basta el parecer que el verdadero ser o tener.

Porque se aparenta no sólo con la riqueza sino también con las falsas elegancia, bondad, honradez, antecedentes familiares, estudios, posiciones en el trabajo; las credenciales, las sociedades de cualquier índole, los clubes, los viajes, la asistencia a ciertas fiestas.

> *Estos son sólo algunos de los medios de qué se valen muchas personas para resolver su necesidad de status (a veces simultáneamente con otras motivaciones) o para atenuar, por el momento, su inconformidad con el verdadero nivel social al que pertenecen; y, si recordamos que vivimos en una sociedad poco estratificada en la que hay movilidad social, para evitar el esfuerzo y tiempo que exige el ascender en la escala de la sociedad.*
>
> > *Lo singular de estas conductas es que no logran su cometido, quienes las usan no engañan a nadie más que a ellos mismos.*

La necesidad de status es una motivación, como las demás, de mucha significación para la conservación del individuo, la sociedad y la especie; además el impulso, para alcanzar estratos superiores de la sociedad en que se vive, es válido y loable ya que hace que los individuos se esfuercen en su trabajo, acciones y conducta en general para mejorar su posición, destacándose positivamente entre los demás.

El esfuerzo individual, bien encaminado, es el camino válido para cambiar de status mejorándolo, así como el descuido, la falta de solidaridad, la irresponsabilidad, la deshonestidad y otras deficiencias, conducen a perder el status que se tiene. Pero los medios falsos de que hemos venido hablando pueden servir para aparentar y engañar engañándose, y disminuir la, ansiedad que les produce a algunas personas el no pertenecer a un nivel social superior al que en realidad tienen.

> *La motivación psicológica que a continuación veremos se apoya en la necesidad biológica de estabilidad física con que nacemos. Todos los bebés cuando son sacudidos o movidos con brusquedad, buscan aferrarse con sus manitas de lo primero que encuentren; casi todos los padres han notado la fuerza con que un pequeño se ase ya sea de un dedo, la camisa o el vestido de quien lo tiene en brazos cuando es movido o sacudido intempestivamente. En este instinto se apoya la motivación que llamamos: necesidad de seguridad.*

LA SEGURIDAD ES COMO LA FELICIDAD EN EL AMOR: UN FELIZ MILAGRO QUE ES NECESARIO CREAR TODOS LOS DIAS.

Conde DE SFORZA, Epigramas.

LA SEGURIDAD

A pesar de que ha sido una de sus permanentes búsquedas, nunca ha tenido el hombre seguridad. Ni de vivir, ni de sustento, ni de salud ni de bienestar, ni de, en una palabra, nada.

No obstante la sensación de estar seguro se la proporcionó durante siglos o milenios: la religión, la tierra, el señor, el burgo, la iglesia, la fe, el castillo, el rey, el oro, la libra esterlina, el dolar, etc.

> *Además de la fe en poderes sobrenaturales, los bienes materiales han sido tradicionalmente los medios fundamentales de sentirse seguro.*
>
> > *Hasta hace relativamente poco tiempo, el hombre creía en Dios, creía en el poder, creía en el dinero; pero el hombre de hoy ya casi no cree en nada, se apoya en una tras otra superchería atraído por estafadores que les ofrecen pseudorreligiones con el fin de lograr dinero o manipular masas que les permitan alcanzar cierto poder; no hacen más que, casi siempre sin saber a qué apelan, explotar la necesidad del hombre de apoyarse en algo que le dé la sensación de seguridad.*

Las religiones han sido un elemento básico en el proceso civilizador, pero más que por factores místicos, por los valores éticos que sustentan. Pero las religiones, no oficial mas sí funcionalmente, han sido despojadas de sus elementos morales v se han quedado copio un conjunto de ceremonias v ritos huecos de toda significación.

Así la religión pierde su razón fundamental de ser: una guía válida para la conducta humana tanto en lo social como en lo individual. Este vacío lo van llenando las pseudo-ciencias y religiones que son cada día más numerosas y que en lugar de dar al hombre seguridad lo confunden y dejan más inseguro que nunca.

Ahora, casi como nuestros primitivos antepasados, nos sentimos juguetes de fuerzas de tal magnitud que la nuestra propia no tiene ningún valor. Siguen siendo los tradicionales enemigos del hombre: el -hambre, la guerra (hoy atómica, de la que no se escapa ningún lugar del globo), la peste (con características tan nuevas como la contaminación y el sida) y la muerte. Con estas viejas, pero modernizadas fuerzas no se puede luchar.

> Los dispensadores tradicionales de seguridad han perdido su valor y ante la angustiosa motivación de seguridad, la encuentra el hombre transitoriamente, o más bien, la busca en la suerte, las loterías, el juego, las rifas tan utilizadas por casi todos los que quieren vender algo, la compra sin fin de artículos inútiles, el alcohol, las drogas, las diversiones “excitantes”, la pornografía, las fiestas y los viajes; todo lo cual en vez de disminuir, aumentan la inseguridad tanto emocional como económicamente.
>
> > *La seguridad, más que una realidad es un estado de ánimo, un sentimiento subjetivo pero, realísticamente, no hay nada de lo que podamos estar, sin lugar a dudas, seguros; excepto la muerte.*

Este sentimiento subjetivo nos permite vivir con tranquilidad y confianza de, por ejemplo, que no moriremos hoy al ir a trabajar, ni que nos caerá un rayo, al salir de la casa solemos decir “hasta la tarde”, sin pensar en si, en verdad, podremos regresar; hay personas que tienen temor y dudan de casi todo.

La confianza es la que permite a las personas emocionalmente equilibradas, vivir sin la angustia de la inseguridad.

Otra de las motivaciones psicológicas del ser humano, es la necesidad de ser respetado.

SER CAPAZ DE RESPETAR, ES CASI TAN RARO COMO SER MERECEDOR DE RESPETO.

J. JOUBERT, Pensées.

RESPETO

El respeto es una motivación que tiene un doble valor: activo y pasivo, esto es, la necesidad de ser respetado pero también la de respetar, la palabra se deriva del latín respectus que significa consideración, miramiento; ésta, a su vez, viene de respicere: mirar atrás.

Es el reconocimiento de la propia dignidad y la de los demás; y la conducta apoyada en este reconocimiento. Fue Abelardo el filósofo el primero que consideró como principio ético al respeto; él afirmó:

> *NO DEBES TENER RESPETO POR LOS DEMÁS HOMBRES MÁS DEL QUE TIENES POR TI MISMO, NI OBRAR MAL CUANDO NADIE LO SEPA NI CUANDO TODOS LO SEPAN, SINO QUE DEBES TENER PARA TI MISMO EL MAYOR RESPETO E IMPONER A TU ALMA ESTA LEY: NO HACER LO QUE NO SE DEBE YACER.*
>
> > *Lo que supone que el respeto por sí mismo consiste en actuar bien, aun cuando tú solo te enteres de tu acto.*

El mutuo respeto es el integrante básico de las relaciones interpersonales y de la madurez emocional.

Si no se respeta a los demás no es posible respetarse uno mismo, pero lo contrario es también cierto: si no se respeta uno mismo no es posible respetar a los demás y como resultado no se podrá jamás ser respetado por nadie.

El primer lugar donde los seres humanos se enfrentan a la necesidad de respeto es en el propio hogar. Abundan los padres que no teniendo el menor respeto por los hijos, esperan ser respetados por ellos, y exigen a éstos abierta y amenazadoramente que se les respete.

Lo exigen apoyándose en caducos e irracionales preceptos: porque soy tu padre, o madre, les dicen, y lo que obtienen no es respeto sino temor.

> *Así hay muchas personas, que confunden el respeto con el temor; las leyes no deben ser temidas sino respetadas; en muchos países la policía no es respetada sino temida, porque la policía no respeta y se hace temer.*
>
> > Tal vez nada es más valioso, humano y ennoblecedor que el respeto recíproco y a sí mismo.

EL ÚNICO HOMBRE QUE PARA MÍ NO ES RESPETABLE ES EL HOMBRE QUE CONSUME MAS DE LO QUE PRODUCE, QUE TOMA MAS DE LO QUE DA.

E. HUBBARD, The Philistine.

> *El respetar, respetarse y ser respetado están entre los más seguros indicios de madurez emocional; hay algunos que, asumiendo una actitud solemne, hierática, como ejerciendo el secreto de unos dioses misteriosos, creen que así se respetan y son respetados, generalmente provocan la burla, la que, en cuanto al respeto, está tan lejos, como el que resuelve sus diferencias conyugales a golpes.*
>
> > *La motivación que veremos a continuación es la necesidad de:*

CUANTO MAS AVANZADA SEA UNA SOCIEDAD MENOS PODEROSO SERÁ EL HOMBRE.

Sir Arthur HELPS, Social Pressure.

PERTENECER

Esta necesidad no se refiere a ser o tener propiedad de algo o de alguien sino de formar parte de algo significativo para quienes experimentan esta motivación, que es la especie humana toda.

Tradicionalmente se pertenecía al reino, al pueblo, a una cofradía, a una religión, a un gremio, a una nación, pero, sobre todo, a una familia, a una unidad social.

> *Con la casi desintegración de la familia debido al "progreso", el hacinamiento, la emigración y todos los problemas sociales contemporáneos, el hombre ha perdido la tranquilidad que le daba el pertenecer a su familia, con la que se sentía seguro, orgulloso y apoyado, era su familia y él era parte de ella.*
>
> > *La separación de las parejas, la desintegración familiar en pequeñas unidades, las madres solteras, la proliferación de los asentamientos humanos en los alrededores de las grandes ciudades, la pobreza enmedio de una sociedad pobre pero en la que, sus medios de difusión masiva, pregonan la riqueza e impelen al dispendio.*

Una sociedad en la que la mayoría de sus miembros están insatisfechos con el nivel cultural y económico al que pertenecen y que no están dispuestos a hacer el esfuerzo necesario para mejorarlo, hace que éstos - busquen medios de sentir que pertenecen a algo valioso que les permita considerarse individuos y no una simple unidad estadística.

JUNTATE CON LOS BUENOS Y SERÁS UNO DE ELLOS.

CERVANTES; Don Quijote de la Mancha.

> *Cuando ya la familia, el pueblo, la ciudad o el país no les hacen sentirse orgullosos y satisfechos de ser parte de aquello a lo que pertenecen, buscan algo de fuera, siempre. en realidad menos valioso pero que, para ellos aparentemente, es mejor, procuran, entonces, integrarse a ello y así, por ejemplo, prefieren formar parte de una pandilla de conducta antisocial pero en la que su membresía les hace sentirse importantes.*
>
> > *Para estos muchachos desorientados, les resulta más satisfactorio el vagabundeo, la "palomilla" que usa drogas y/o alcohol, conducta antisocial y autodestrucción que pertenecer a una familia desintegrada, ignorante, con uno o los dos padres alcohólicos, sin padre y con madre ausente en busca del sustento, pobreza, malos tratos, carencia absoluta de amor, de solidaridad familiar y social.*

La pandilla le ofrece en cambio, solidaridad y la sensación de pertenecer a algo importante aunque negativo y antisocial.

> *Esta necesidad de pertenecer es fundamental en el ser humano, particularmente en la adolescencia, y quien más cumplidamente puede ayudarle a resolverla es, sin duda, la familia, pero ésta es una de las instituciones que más en crisis se encuentra.*

Es en la familia donde el hombre encuentra la fuerza necesaria para enfrentarse a los problemas del vivir; la familia debe ser fuente de orgullo, de prestigio, independientemente de lo subjetivo que esto sea, de seguridad, de apoyo, de ejemplo, de guía; un núcleo social al que pertenecer sea motivo de satisfacción para todos sus miembros, sin que esto signifique que no existan desacuerdos entre ellos, diferentes puntos de vista y hasta la desaprobación de algunas conductas familiares.

La falsa noción de pertenecer la proporcionan multitud de artículos, organizaciones o grupos comerciales, los letreros en las camisetas, los productos "exclusivos" o para "ejecutivos"; los partidarios de tal o cual equipo deportivo; las porras; los clubes de "fans" de cantantes o artistas; las sociedades de yoga o cultos extraños; los anillos de pertenencia a algún grupo; los clubes deportivos, artísticos, filatélicos, numismáticos, de fotografía, de excursiones y muchos más.

> *Todo ello permite a los individuos sentir que pertenecen o forman parte ' de algo, aunque ese algo carezca de importancia y aun sentido.*
>
> > *El formar parte del personal de una empresa es una de las más populares formas de sentirse integrado a un grupo, se dice: Lo hice por la "camiseta", aunque la tal camiseta se la hayan puesto el día anterior ,, deberán quitársela el siguiente.*

Es ya casi una regla que cuando se llama por teléfono a una persona que está en su oficina, después de dar el nombre de quién es el que habla, le pregunten: ¿De dónde habla?, y no se refieren a de qué lugar sino a qué grupo o institución a que pertenece.

El individuo ha perdido su importancia como persona. La patria, las tradiciones, la familia, los valores de grupo o nacionales han sido relegados o desvirtuados, todo en beneficio de una civilización deshumanizada y mercantil.

TODA LA VIDA DEL HOMBRE ESTÁ LLENA DE ANGUSTIA.

EURÍPIDES, Hipólito.

> *Las motivaciones que en seguida veremos forman una dualidad y por lo tanto las trataremos juntas.*

LO FALSO ES UN MATERIAL MUY DELGADO, ES TRANSPARENTE, SI LO EXAMINAMOS CON CUIDADO.

SÉNECA, Ad Lucilium.

APROBACIÓN-ACEPTACIÓN

Este término, aceptar, no tiene el significado que popularmente se le da, esto es, recibir algo de alguien, sino que se refiere a la capacidad para acoger o ser acogido por los demás.

Todos deseamos que nuestros semejantes nos acepten, pero no sólo eso, sino que lo hagan favorablemente, es decir, queremos además su aprobación.

> *En general la conducta de todas las personas, sea buena o mala, tiene por finalidad ser aceptado y, de ser posible, aprobado.*

Con este fin, se finge, se miente, se aparenta, se pretende engañar a los demás para ser aceptado, pero como los demás también luchan por lograrlo, en ciertos grupos sociales parece que existe un acuerdo jamás expresado pero sí funcional: Aparenta que me crees y yo fin giré que te creo.

En esos conjuntos sociales de falsa simpatía y comprensión, la hipocresía es la que reina. Todo son sonrisas, halagos, aplausos, aprobación insincera y velada hostilidad. Allí, la verdad es agravio, quien la dice está perdido.

Esta conducta es mucho más común de lo que se cree, el no ser aceptado produce tal ansiedad, que la mayoría de la gente está dispuesta a la mentira y hasta el ridículo en sus relaciones personales a cambio de creer (sabiendo profundamente que no es cierto), que se es aceptado y aprobado.

Pero esta motivación va más profundamente aún, y es que, como en el caso del respeto, para una genuina aceptación de los demás, debe antes haber también una verdadera aceptación personal, de uno mismo; y aquí surge un problema derivado de la confusión entre aceptación y aprobación.

Porque la salud mental nos exige aceptar la realidad por desagradable y dolorosa que sea, simplemente porque es realidad, lo que, de ningún modo nos obliga a aprobarla.

Examinemos un caso: "Yo soy, digamos, muy bajo, mi estatura ha sido toda mi vida motivo de burla, me han puesto motes, apodos ridículos y el ser aceptado por el sexo opuesto, que tanto he deseado, no he podido lograrlo -por lo menos esa es la conclusión a que he llegado-; yo, neuróticamente me he negado a aceptar que soy chaparro, me estiro todo lo que puedo, uso zapatos con tacones desmesuradamente altos y busco colocarme en los lugares en los que no se noten; con esto no he ganado ni un milímetro y sí he sufrido y vivido permanentemente con ansiedad, dolor y compadeciéndome de mi sino.

"Pero cuando tuve el valor, la capacidad para comprender que mi estatura es algo irremediable, que es una realidad que no puedo cambiar, acepté que soy de muy baja estatura y que mientras viva así seré, entonces comencé a ver la vida de otro modo y me di cuenta que no es sólo la estatura la que me determina, sino otras muchas cosas que soy y que no había reparado en ellas y que las puedo cultivar. Pero el aceptar mi estatura, que es parte de mí mismo, no quiere decir que la apruebo, me disgusta y la repruebo, pero la acepto."

El ejemplo se refiere a un elemento físico, pero es válido si lo referimos a cualquier rasgo o características de la personalidad propia o de los demás.

Así como también a eventos o circunstancias que están fuera de nuestra capacidad de modificar, como la salud propia o de alguien ajeno a uno, o a circunstancias económicas o materiales del ambiente que nos rodea; de nada sirve negarlas, la realidad se impone y allí están gústenos o no, si no somos neuróticos, las tendremos que aceptar, reconocer que son, que existen, sin tener que confundir esto con aprobar.

Hay personas que aceptan lo inaceptable, lo que los daña, lo absurdo, 'lo irreal, lo falso; en tanto que rechazan lo que es verdadero, real, lo que puede favorecerlos y, por otra parte, aprueban lo falso, lo irreal, lo negativo, lo dañino no sólo para ellos sino para la sociedad entera.

LAS BASES DE LA CRÍTICA IRRELIGIOSA SON ÉSTAS: EL HOMBRE HACE

LA RELIGIÓN; LA RELIGIÓN NO HACE AL HOMBRE LA RELIGIÓN ES, DE HECHO, LA AUTOCONCIENCIA Y AUTOESTIMA DEL HOMBRE QUE NO HA LOGRADO TENER POR SÍ MISMO NI LA UNA NI LA OTRA, Ó QUE LAS HA PERDIDO.

PERO EL HOMBRE NO ES UN SER ABSTRACTO, INTRUSO, FUERA DEL MUNDO. EL HOMBRE ES EL MUNDO DEL HOMBRE, ESTADO, SOCIEDAD. ESTE ESTADO, ESTA SOCIEDAD PRODUCE LA RELIGIÓN, LA QUE ES UNA CONCIENCIA INVERTIDA DEL MUNDO PORQUE ES UN MUNDO INVERTIDO. (En el sentido de que es productor y no producto de la religión.)

LA RELIGIÓN ES LA TEORÍA GENERAL DEL MUNDO, SU COMPENDIO ENCICLOPÉDICO, SU LÓGICA EN FORMA POPULAR, SU ESPIRITUALISTA POINT D'HONNEUR, SU ENTUSIASMÓ, SU SANCIÓN MORAL, SU COMPLEMENTO SOLEMNE, LA BASE UNIVERSAL DE CONSUELO Y JUSTIFICACIÓN ES LA FANTÁSTICA COMPRENSIÓN DEL ENTE HUMANO PORQUE EL SER HUMANÓ NO HA VISTO LA VERDADERA REALIDAD. ASÍ, LA LUCHA CONTRA LA RELIGIÓN ES INDIRECTAMENTE LA LUCHA CONTRA ESE MUNDO DEL CUAL ES SU AROMA ESPIRITUAL.

LA DESDICHA DE LA RELIGIÓN ES AL MISMO TIEMPO UNA EXPRESIÓN Y UNA PROTESTA CONTRA LA DESDICHA REAL ES EL LAMENTO DE LA CRIATURA OPRIMIDA, EL CORAZÓN DE UN MUNDO SIN CORAZÓN Y EL ALMA DE UNAS DESALMADAS CONDICIONES ES EL OPIO DE LOS PUEBLOS.

K. MARX, Contribution to the Critic of Hegel's Philosophy of Right.

Ahora sí ya tenemos elementos para abordar un tema que hasta aquí no habíamos podido tratar: el respeto al que nos referimos al comienzo de este apartado, no puede existir sin una previa aceptación; con o sin aprobación.

Recordemos que cada uno de los hombres es diferente a los demás, es UNICO; bien, tal vez la más frecuente falta de respeto hacia los demás, y en particular hacia aquellos de quienes estamos convencidos de amar, consiste en no aceptarlos como son, y nos referimos principalmente a hijos y cónyuges pero también a aquellos sobre los que creemos ejercer alguna autoridad como empleados, subalternos, alumnos y aun amigos.

Son a estas personas a las que deseamos cambiar, hacerlas como nosotros o como creemos que somos nosotros o como suponemos qué les convendría a ellos ser. Si se apartan de lo que esperamos surgen los regaños, disgustos y hasta las ofensas.

Entre los cónyuges son frecuentes frases como: Te quiero mucho, mi amor, pero no me gusta que seas así, prefiero que seas...

Erik Fromm decía que sólo puede haber amor cuando hay respeto, aceptación y cuidado por el ser amado.

¿Cómo podemos pensar que amamos a alguien si queremos cambiarlo? Cambiar es destruir, si quiero hacer de un clavel una rosa, tengo antes que destruir al clavel.

Si quiero que mi esposa, a la que creo amar, tenga características que en realidad ella no tiene, a quien quiero es a una fantasía producto de mi imaginación que, si se tornara realidad, tal vez, volvería a querer cambiarla, esto es, a destruirla de nuevo.

Cuando este problema se presenta agudamente en las relaciones familiares, entre esposos puede solucionarse radicalmente: la disolución del matrimonio; no es posible disolver el parentesco con padres, hermanos y demás, pero sí se puede recurrir al alejamiento y, con amigos y empleados, se puede acabar con toda relación, lo que en estos casos es mejor para todos los involucrados, que el pasarse una vida de tensión, de amargura, disgustos y sufrimiento; para que al final, sólo quede el doloroso pensamiento de: ¿por qué soporté todo esto tanto tiempo?

> *Ahora estudiaremos otras motivaciones menos profundas, más al nivel de la conciencia, las que más que necesidades o imperativos podríamos llamarlas tendencia, inclinación u orientación pero que, como las que hemos visto son también determinantes de la personalidad, la primera será la orientación hacia:*

QUIEN EN UN AÑO QUIERE SER RICO, AL MEDIO LO AHORCAN.

PROVERBIO ESPAÑOL

LO ECONÓMICO

Las personas que tienden a lo económico son aquellas que consideran que todo y todos tienen un precio, que todo se puede comprar.

Lo más preciado para ellos es el dinero, los bienes. Aun cuando muchos se engañan a sí mismos, creyendo y haciendo creer, que lo que buscan es seguridad, bienestar para su familia, poder, etc. Estiman a las personas por lo que tienen y a las cosas por lo que cuestan.

> *"Dime cuánto tienes y te diré cuánto vales", era un dicho muy popular hasta hace poco menos de un siglo, pero que ha caído en desuso porque ya no se refiere a nada extraordinario porque es un lugar común en la actualidad.*
>
> > *Sus conversaciones giran alrededor de dinero, el comercio, la bolsa, los precios. Consideran el lucro, la utilidad económica como el bien supremo. Para ellos toda actividad debe reportar ganancia.*

En cualquier acción, evento o pensamiento, no pueden perder de vista el factor económico. La siguiente tendencia es tan parecida que -se confunde con la que acabamos de mencionar.

EL EGOÍSTA ESPÍRITU DEL COMERCIO, NO CONOCE MS NI SIENTE PASIÓN O PRINCIPIO, EXCEPTO LA GANANCIA.

T. JEFFERSON, Carta a. Larkin Smith.

LO MERCANTIL

Las personas con inclinación hacia lo mercantil son aquellas que todo lo consideran negocio. Business is business, negocios son negocios, Son despiadadas en nombre de lo mercantil. Sacan provecho monetario de todo lo que pueden.

Comprar o vender es lo único que para ellos tiene sentido. Mercantilizan lo humano. La sociedad de consumo es su obra y su ideal. Su vida entera está matizada con el pensamiento mercantil.

LA SOCIEDAD ES UN BAILE DE DISFRACES EN EL QUE CADA UNO OCULTA SU VERDADERO CARÁCTER Y SÓLO - SE LE CONOCE POR LA FORMA DE OCULTARSE.

EMERSON, Conducta de vida.

LO SOCIAL

La gente inclinada a lo social son personas que tienen una gran preocupación por sus semejantes como conjunto, hay algunos que desean un cambio en particular, otros que quieren que cambie o cambiar todo, pocas veces estos cambios son realistas para mejorar, las más de las veces son utopías irrealizables, otras están totalmente fuera de la realidad y representan, más que un genuino deseo de cambio social, el deseo, no consciente, de cambios en ellos mismos, o les sirven para ocultar su propio fracaso ante la vida y! atribuírselo al sistema, al ser honesto, al gobierno, a la religión o a cualquier otro menos al verdadero causante, que es el sujeto mismo.

Son personas que gustan de formar parte de asociaciones en pro o en contra de cualquier cosa.

Algunos luchan en favor de un trato humanitario a los animales, o protección al medio ambiente, o el desarme universal, o contra el aborto, o en pro de los homosexuales, y multitud de causas más o menos irrealizables.

Otros por las desigualdades, las jerarquías, la estratificación social, porque no haya ningún cambio, por la pena de muerte, etc. Otros, en cambio, luchan por la igualdad, la justicia, los niños desamparados, los indígenas marginados, mejor trato en las cárceles, en fin, el número de causas de tipo social por las que se puede estar en pro o en contra es inmenso.

Entre las personas con esta característica encontramos también a quienes gustan mucho de las fiestas, las reuniones, las inauguraciones, los cocteles, el aparecer en las páginas de sociedad en la prensa.

Aquellos que desean figurar en cualquier tipo de sociedad, admiran a los que pertenecen a las élites privilegiadas, sin que tengan la más remota posibilidad de formar parte de ellas.

Se interesan mucho por la moda, los modales, las fiestas rumbosas, los carnavales; sueñan, sin esperanza, en la nobleza, las cortes reales y la aristocracia. En este grupo están también los racistas y los partidarios de cualquier discriminación.

Aunque ya haya sido explicado consideramos necesario repetir que, como con todas las motivaciones, no solamente no es necesario ni posible tener todos los rasgos que hemos venido explicando y muchos otros no consignados, para participar en mayor o menor medida de esas motivaciones de las que todos participamos.

EN POLÍTICA NO EXISTE EL HONOR.

DISRAELI, Vivian Gray.

LO POLITICO

En los individuos con motivaciones políticas, sus intereses giran alrededor de la situación política, ya sea de un país en particular o del mundo en general, muchos pertenecen a organizaciones políticas ya en pro ya en contra de un gobierno establecido.

Sienten que tienen la fórmula para resolver los problemas del país o aun del mundo.

> *Lanzan sus teorías a todo el que los quiere escuchar, teorías que casi siempre son inocentes, tontas o ponen de manifiesto su desinformación en casi todas las áreas.*
>
> > *En ellos se encuentran los anti cualquier cosa, los hay también idealistas que esperan pronto el advenimiento de la dicha general.*

También están los chambistas o, como dicen en la jerga política mexicana, los picapiedra que halagando a quienes tienen algo de poder, buscan un trabajo aquí y otro allá, sin trabajar en ninguno ni saber hacer nada más que cobrar el sueldo.

Los que buscan indicios de quién será el próximo candidato a lo que sea, para acercarse a él, y ver si pueden obtener alguna ventaja, aunque sea la de contarle a sus conocidos que él es “muy” amigo de fulano.

Por supuesto que entre los que tienen una marcada orientación política se encuentran también los verdaderos políticos, los responsables que no sólo anhelan gobernar sino que se preparan para lograrlo, son personas que estudian, meditan y, lo que es indispensable para un buen político, tienen inteligencia y capacidad para el pensamiento abstracto e inductivo.

UNA RELIGIÓN ES TAN VERDADERA COMO CUALQUIER OTRA.

R. BURTON, Anatomía de la melancolía.

LO RELIGIOSO

Son estas personas que tienden a lo místico, lo sobrenatural, lo mágico; no buscan la explicación de ningún fenómeno porque ya la saben: la voluntad de Dios o poderes sobrenaturales.

En muchas de estas personas predomina el pensamiento mágico que, como ya sabemos, es un tipo cíe pensamiento arcaico, prelógico, irracional; esto a menudo los hace caer en el fanatismo que no es necesariamente religioso sino que puede ser político, antirreligioso, y de muchas otras formas. Son sujetos que creen en lugar de saber, creen en el teorema de Pitágoras pero no creen en la teoría de Darwin y saben que el diablo tiene patas de cabra o que pasar bajo una escalera es de mala suerte.

> *Muchos de ellos son creyentes fervorosos, informados y que tratan de ajustar su vida a las normas morales de su religión así como a cumplir los preceptos rituales de la misma.*
>
> > *La religión ha sido uno de los grandes puntales para el avance de la civilización; y lo ha sido porque además de los aspectos místicos, sobrenaturales, ha tenido*

un conjunto de valores morales que han permitido normar y encauzar la conducta de los hombres y las sociedades.

Actualmente se ha intentado y, en cierta medida, logrado devaluar a la religión, privándola de su contenido moral dejando solamente un conjunto de ritos y ceremonias huecas, vacías de contenido. Conservando, además, muchos principios morales que tuvieron validez hace siglos, pero que actualmente carecen de sentido.

Entre ellos encontramos a místicos, a fanáticos, piadosos; brujos, adivinos y sus clientes; proselitistas de cualquier idea; los que con desinterés dedican su vida a labores misioneras, etc.

Y también están quienes patrocinan a los charlatanes convenencieros, que explotan las tendencias religiosas de personas tontas o ignorantes.

NO HAY BELLEZA DONDE HAY DESORDEN.

Philo Oficio Mundi, año 40 d. C.

LO ESTÉTICO

Entre las personas que se inclinan por lo estético se encuentran aquellas que buscan ante todo lo bello, lo armónico, lo de buen gusto (el de ellos).

Les es muy importante la apariencia física propia y la de los demás, cayendo en los extremos y la extravagancia con el objeto de llamar la atención, les gusta ir bien vestidos -de acuerdo a sus propias normas- y entre lo 'cómodo y lo "artístico", siempre se inclinarán por lo último.

Algunos buscan a quienes visten y tienen modales tradicionalmente distinguidos, refinados, y ellos procuran tenerlos. Entre quienes tienen esta inclinación marcada y además el talento necesario, hay muchos que se dedican a las bellas artes. Vivir y actuar con "estilo" es uno de sus ideales.

EL VALOR DE LOS PRINCIPIOS ESTA EN EL NÚMERO DE CASOS QUE PUEDEN EXPLICAR.

EMERSON, The Preacher.

LO TEÓRICO

Las normas, las leyes, los principios, los deberes, rigen la vida de quienes tienden a lo teórico. Muchos de sus actos los llevan a cabo porque "tienen" que hacerse aunque carezcan de sentido.

Aceptan y se someten fácilmente y aun con gusto a la autoridad.

Prefieren lo ya establecido a lo nuevo o en vías de prueba, para ellos lo moral no es necesariamente lo ético sino lo que "hay" que hacer.

Buscan lo reglamentado ya que es lo que les da una pauta a sus propias vidas, se apegan a ella e incluso elaboran sus propios reglamentos que luego procuran seguir fielmente.

Para terminar con el tema de las motivaciones haremos algunas reflexiones conceptuales respecto a ellas.

LAS MOTIVACIONES COMO VECTORES

Lo que a continuación exploraremos es uno de los fenómenos psicológicos más complejos, no obstante, lo presentaremos de un modo simple y valiéndonos de ejemplos; pero a pesar de la simpleza, el tratamiento será rigurosamente científico y exigirá de parte del lector simplemente atención concentrada, para facilitarlo procuraremos ser breves.

AQUEL CUYO PROPÓSITO ES CONOCER CUALQUIER COSA MEJOR QUE LA MULTITUD DEBE, CON MUCHO, SOBREPASAR A LOS OTROS TANTO EN SU NATURALEZA COMO EN SU TEMPRANA PREPARACIÓN. Y CUANDO ALCANCE LA ADOLESCENCIA DEBERÁ ESTAR POSEÍDO POR UN ARDIENTE AMOR A LA VERDAD Y, COMO UN INSPIRADO, NI DE DÍA NI DE NOCHE CESARÁ DE ESTAR URGIDO Y FORZADO A APRENDER A FONDO TODO LO QUE HA SIDO DICHO POR LOS MÁS ILUSTRES HOMBRES DEL PASADO.

Y CUANDO HAYA APRENDIDO ESTO, ENTONCES, POR UN PROLONGADO LAPSO DEBERÁ PROBARLO Y COMPROBARLO, OBSERVANDO QUE PARTE DE ELLO ESTÁ DE ACUERDO Y QUE PARTE EN DESACUERDO CON LA REALIDAD, ASÍ EL PODRÁ ESCOGER LO VALIOSO Y RECHAZAR LO DEMÁS.

GALILLO, Facultades naturales.

Recordemos un par de preceptos: a) que todo acto de conducta es determinado por, una o varias motivaciones, casi siempre numerosas; b) que según Freud nuestro inconsciente es "un caldero hirviente de emociones". Es como una olla en cuyo interior de modo caótico se mueven en todos sentidos multitud de fuerzas cada una de ellas con dirección v energía distintas.

La energía es la libido cuya magnitud es la que cada motivación tiene y la dirección es el objetivo que pretende alcanzar.

Éstas fuerzas, que son las motivaciones, que tienen distinta finalidad y distinta magnitud las podemos considerar como en física se considera a los vectores: fuerzas que tienen una dirección y una determinada cantidad de energía, dicho de un modo simple y breve (en la física habría que agregar que pueden ser representadas gráficamente).

Transformemos en la imaginación esa olla en una esfera hueca en cuyo interior se agitan incesantemente estas fuerzas, las motivaciones; estos vectores pueden surgir de uno cualquiera del infinito número de puntos que tiene la superficie interior de la esfera, simplificando, como si la esfera fuera un cubo, pueden surgir de arriba, de abajo, de atrás, de adelante, del lado derecho o del izquierdo.

Además pueden tener un infinito número de direcciones y, por si fuera poco, un infinito número de magnitudes, es decir, de cantidad de energía libidinosa.

Así pues, nuestra imaginaria esfera es en su interior un verdadero caos de energías en conflicto. Cada uno de estos vectores es una motivación cuya dirección, existencia y energía están variando constantemente.

Ahora veamos cómo opera este cúmulo de motivaciones en un momento o lapso dado de su vida.

Tomemos como ejemplo el fumar en un adolescente; ve a su padre, a quien admira, fumar. Esto hace nacer en él una motivación con determinada fuerza

hacia el fumar; pero también lo ve en ocasiones ahogándose de tos y sufriendo por ello, lo que hace surgir en este joven otra motivación pero en contra de fumar.

Nuestro adolescente tiene una sexualidad sana v bien desarrollada y cree que un fumador es más atractivo al sexo opuesto que uno que no lo hace; lo que produce en él otra motivación más dirigida hacia el fumar y con una fuerte carga libidinosa (energía).

Se da cuenta del costo de los cigarros y de su precaria situación económica, con ello aparece una nueva motivación con cierta energía en contra de fumar.

Más adelante lee sobre los graves efectos que el tabaco produce en la salud y el peligro del cáncer, con lo que se agrega una motivación más en contra de fumar.

Piensa que es de buen gusto fumar, lo que es otra motivación para hacerlo, sus amigos le dicen que fume como ellos y si no lo hace se siente rechazado, esta es otra fuerza más que lo impele hacia el fumar.

Sus padres, aunque él fuma y ella no, le dicen que no lo haga, que es muy dañino, con lo que aparece una nueva motivación contraria al fumar. Y así pueden ser miles de motivaciones que impelen hacia o contra el fumar.

Lo que nuestro sujeto haga estará determinado por la resultante de este juego de fuerzas: si la suma de las magnitudes de energía que lo llevan a fumar son mayores que las que le impiden el hacerlo, entonces el joven adolescente fumará, esto significa que ha perdido la libertad de no hacerlo. Por lo que sin ningún cambio en sus motivaciones, y a pesar de todos los propósitos que haga, seguirá fumando.

Es probable que el lector se pregunte: Bueno, ¿y la fuerza de voluntad, qué?

Bien, la fuerza de voluntad es un concepto antiguo de origen filosófico religioso que no ha encontrado cabida en la psicología; no hay ningún elemento científico válido que nos deje suponer que la tal "fuerza cíe voluntad" exista.

Una persona hace o deja de hacer algo porque la resultante de sus motivaciones lo lleva a adoptar esa conducta.

Entonces, ¿el hombre no tiene libertad, actúa movido por fuerzas interiores a él sobre las que no tiene control alguno? En gran medida sí. Actuamos la mayoría de las veces movidos por fuerzas irracionales que están dentro de nosotros y que no podemos controlar, pero sí tenemos libertad de decidir en determinados casos; cuando las fuerzas que nos llevan a hacer algo y las que nos lo impiden se equilibran.

Entonces es cuando nuestros valores morales, nuestro juicio y/o nuestra inteligencia nos lleva a cierto curso de acción o nos paralizamos y dejamos que las cosas q acontecimientos ajenos a nosotros nos lleven a donde sea en vez de tomar las riendas de nuestras propias vidas y ser nosotros mismos quienes determinemos nuestra conducta.

De ahí la importancia de estar equipados con un conjunto de valores morales, de principios rectores y de información amplia y adecuada que puedan ayudarnos a elegir los caminos más apropiados tanto para nuestro beneficio como para el de la sociedad.

SI EL OMNE LIBRE VIENDIERE O DIERE OTRO OMNE LIBRE, EL JUEZ LE DEVE PRENDER MAN A MANO E FAGAL PECHAR C (cien) SUELDOS DE ORO, E AQUEL

QUE FUE VENDIDO SEA TORNADO EN SU ESTADO. E SI NON OVIERE ONDE PAGUE LOS C SUELDOS, RECIBA C, AZOTES, E SEA DADO POR SIERVO A AQUEL QUE FUE VENDIDO. E SI EL SIERVO VENDIERE OMNE LIBRE O MUIER LIBRE, RECIBA CC AZOTES, E SEA SENNALADO EN LA FRUENTE, E SEA SIERVO DAQUEL QUE FUE VENDIDO. HY ESTO MANDAMOS DE LAS MUIERES LIBRES.

Alfonso EL SABIO, rey de Castilla, Fuero Juzgo, V-IV-XII.

> *Podemos usar más nuestra libertad en la medida en que hayamos logrado mayor equilibrio emocional, un grado mayor de madurez, con lo que seremos movidos menos por lo inconsciente y serán menores las fuerzas ciegas e irracionales las que condicionen nuestras vidas.*

Pero asumir la responsabilidad de nuestros actos nos es tarea fácil. Fromm afirmó que tenemos miedo a la libertad, a la libertad de decidir nuestras propias vidas, es más simple ser movidos, que movernos por cuenta nuestra y aceptar las consecuencias y responsabilidad de nuestros actos, ya sean errores o aciertos.

El caso del fumar es muy sencillo porque afecta sólo la conducta del individuo en relación a un solo objeto: el tabaco. Pero cuando la conducta individual involucra el comportamiento de otra u otras personas el problema se complica grandemente,

Ahora imaginemos a una joven sana que conoce a un sujeto del sexo opuesto quien despierta en ella impulsos sexuales, es una chica con principios, morales sólidos y así la atracción erótica que siente hacia esa persona se transforma en una motivación que ella considera amorosa, pero esa motivación no está sola, se asocia con otras como su deseo, natural, de dejar el hogar paterno, de tener el suyo propio, la de ser madre, hacer su vida independiente de la que sus padres y muchas otras del mismo tono.

> *Todas ellas la llevan a utilizar las múltipes conductas femeninas de costumbre para entablar relación con un miembro del sexo opuesto.*

> > *Éste, que también siente impulsos sexuales hacia la chica, responde a los estímulos de ella y utiliza los acostumbrados por los hombres y así, entablan una relación que ambos esperan se convierta en algo más profundo.*

Pero a medida que se van conociendo descubren uno en el otro características, las que a su vez generan motivaciones que tienden á separarlos; estos rasgos de ambos y desagradables para ambos pueden relacionarse con algo serio o trivial como, por ejemplo:

La ropa, el modo de hablar, lo económico, las costumbres diferentes o el nivel educativo, lo que van creando motivaciones de rechazo que llegan a ser más poderosas que las originales que los atrajeron; lo que culmina con el rompimiento de la relación antes que haya llegado a ser más intensa.

Pero también puede ocurrir que las motivaciones que dieron origen al comienzo de la relación se intensifiquen y agreguen nuevas en uno de ellos, en tanto que en el otro disminuyen las que lo atrajeron y aumentan las que los llevan al rechazo. Entonces la relación se hace conflictiva y termina dolorosamente para uno y para el otro con desagrado.

O no termina, sino que culmina en un matrimonio que puede llegar a ser breve, largo o permanente, pero siempre muy conflictivo e infeliz.

Las variaciones para una situación como la que estamos planteando son muy variadas, infinitas podemos decir, pero trataremos una más cuya frecuencia es notable.

Las necesidades de ambos jóvenes, sexuales, de independencia, de hogar propio, de hijos, liberación de la tutela paterna, se incrementan y agregan a otras: deseo de ternura, de cuidado, de compañía, de apoyo, y otras más.

Con esto acaban por sentirse profundamente atraídos; se aman según creen; a grado tal se han ampliado e intensificado sus motivaciones (instintos, necesidades, deseos, anhelos) que se niegan a ver, para no poner en peligro su ilusión, las características de la una y del otro que les desagradan y que impedirán una relación sana y duradera.

Pasan por alto o se niegan a ver, egoísmo, celos, irresponsabilidad para cumplir con sus funciones, irritabilidad, vulgaridad, tontería, hábitos como despilfarro, holgazanería, alcoholismo, y otros muchos rasgos que si los notaron, no les dieron importancia, o pensaron que una vez casados, con su intervención cambiarían.

Y así se lanzan a formar un nuevo hogar, se casan y pronto van descubriendo como si fuera nuevo lo que siempre estuvo allí, las motivaciones que los llevaron a la unión se van desvaneciendo para dar lugar a otras de rechazo, desamor, desagrado y aun odio.

En estos casos, si tienen un mínimo de madurez se divorciarán, si no, pasarán toda una vida de dolor, desengaño, insatisfacción, amargura y cada día, como refugio a una realidad que no pueden manejar, serán más y más neuróticos e infelices.

Pero retomemos el tema de la adolescencia. Ésta es el tiempo de la expansión intelectual y de involucrarse en el estudio, preparación o actividades académicas.

El adolescente aumenta su capacidad para manejar abstracciones, busca entender el tiempo, manejar ideas, comprometerse' personal e inmediatamente con ideales, se ocupa del pensamiento lógico y trata de comunicarse con los demás.

CUANDO UN HOMBRE MUY JOVEN SE HACE GEÓMETRA O MATEMÁTICO Y SABIO EN MATERIAS DE ESTE TIPO SE PIENSA QUE NO PUEDE HABER JÓVENES CON SABIDURÍA PRÁCTICA... EN LA QUE SÓLO SE LOGRA FAMILIARIZARSE POR MEDIO DE LA EXPERIENCIA, UN JOVEN NO PUEDE TENER EXPERIENCIA PORQUE LA EXPERIENCIA SÓLO SE ADQUIERE EN LARGOS PERIODOS DE TIEMPO, EN VERDAD PUEDE UNO HACERSE ESTA PREGUNTA: ¿POR QUE UN MUCHACHO PUEDE HACERSE MATEMÁTICO Y NUNCA FILÓSOFO O MÉDICO? ESTO ES PORQUE LOS OBJETOS DE LAS MATEMÁTICAS EXISTEN IDEALMENTE, EN TANTO QUE LOS PRINCIPIOS DE LAS OTRAS MATERIAS SE ADQUIEREN SÓLO POR EXPERIENCIA.

ARISTÓTELES, Ética a Nicómaco.

Diversos investigadores han reportado que según sus trabajos el crecimiento intelectual alcanza su máximo potencial, alrededor de la mitad de la adolescencia, esto es, entre los 15 y 18 años.

Y el proceso de transición del pensamiento concreto al pensamiento abstracto, ocurre al comienzo de la adolescencia.

El gran valor que tienen en nuestra civilización las personas creativas, bien dotadas intelectualmente y productivas ha conducido a buscar medios de identificarlas a tiempo para

poder encauzarlas en las fases iniciales de sus vidas apropiadamente; así como para conocer cuáles son los antecedentes familiares que han contribuido a que el individuo posea esa condición.

Los adolescentes creativos se caracterizan por ser más independientes, autodirigidos, menos conformistas y más socialmente orientados que los chicos menos creativos.

La relación entre la creatividad y las actividades académicas carecen de importancia.

Los antecedentes familiares que impelen al individuo a superarse, se asocian a una variedad de factores tales como: clase social a la que pertenecen, nivel cultural de la familia, tamaño de ésta, y orden de nacimiento.

No obstante, los adolescentes con altos logros es más probable que tengan padres que los animen calurosamente y compartan con ellos actividades, así como también que les den más autonomía que la que obtienen los de bajos resultados.

Las actividades e intereses de los adolescentes son muy diversos y es rápido el cambio de un interés a otro, porque el adolescente está, por vez primera, viviendo situaciones y experiencias que reflejan más un estilo de adulto que un sabor infantil. El relacionarse con una amplia variedad de intereses y actividades es de positivo valor para su futuro desarrollo.

La siguiente fase de su vida que es la de persona adulta, restringirá, por necesidad, sus posibilidades de elegir campos de acción, debido, a las obligaciones y demandas que trae consigo la vida adulta; que será la que a continuación trataremos.

PREGUNTO SÓLO POR INFORMARME.

DICKENS, David Copperfield.

LA COMUNICACIÓN

El término comunicación es el derivado español del latín comunicare que significa compartir, es una. palabra que en los años recientes ha cobrado gran popularidad y la que con frecuencia se utiliza de modo inapropiado.

Significa participar de algo- con alguien, transmitir, unir, pasar de una a otra persona o sociedad.

Ahora es frecuente oír: "Me falta comunicación con mis padres", "Se van a divorciar por falta de comunicación", y muchas frases similares. También se autonombran "comunicadores" o "comunicólogos" los publicistas, locutores, comentaristas de radio o T.V. y también algunos periodistas.

Comunicólogo es un absurdo además de tina tontería, pero comunicadores les viene bien también a los maestros, sacerdotes, escritores, oradores, aviadores, ferrocarrileros, camineros, telegrafistas, telefonistas y hasta a los enfermos que comunican o transmiten su enfermedad, además de otras personas dedicadas a las más diversas actividades.

Pero lo primero que debe uno pensar al usar u oír este vocablo es: ¿Qué comunica? ¿Qué es lo que transmite? Puede ser desde pasajeros hasta enfermedades.

A lo que generalmente pretenden referirse es a la transmisión o comunicación de información.

La información es conocimiento de hechos, ideas, datos, estadísticas, etc., adquiridos ya sea por la experiencia, el estudio, la lectura, la observación, la experimentación, la investigación o cualquier otro medio. Informar es, pues, transmitir conocimientos de uno a otro u otros sujetos.

La información que un individuo posee es todo lo que sabe, todo lo que ha aprendido por cualquier medio, además, es también lo que piensa, sus opiniones, sus ideas propias, las conclusiones a que ha llegado sobre cualquier tema.

> *Esto nos lleva a pensar que no toda la información que tenemos o recibimos constantemente es valiosa y que en cambio hay cierta información que poseemos o deseamos tener o estamos teniendo que sí es valiosa.*
>
> > *Así pues, ciertos conocimientos es conveniente reforzarlos para conservarlos, otros en cambio serán sólo una carga inútil en nuestra memoria.*

El cúmulo de información que existe y que se está generando constantemente es inmenso y por lo tanto imposible que alguien sea capaz de tenerlo todo.

> *Estar bien informado significa esfuerzo, trabajo, estudio, observación y capacidad para juzgar qué es lo importante y qué lo inútil e irrelevante.*

Es absurdo decir, por ejemplo: el gobierno o la universidad o una empresa no informa. Lo correcto es decir: No he buscado la información que me interesa y dejar de atribuir a otros la causa de mi negligencia.

El buen profesionista, negociante o empleado está bien informado sobre los temas que competen a su actividad, y para lograrlo ha tenido que trabajar estudiando, leyendo, asistiendo a conferencias, investigando, etcétera.

Las personas de quienes se dice que tienen una amplia cultura son aquellas que se han puesto a trabajar intensa y largamente para adquirirla.

> *Suscintamente trataremos sobre algo que se conoce como: teoría general de la información. En el proceso de la información se considera que siempre hay:*
>
> > *1.-Alguien o algo que tiene disponible información. A éste se le llama EMISOR.*

2.-El emisor se tiene que valer de un MEDIO o VEHÍCULO para transmitir esa información. Este medio puede ser verbal (palabra hablada o escrita) o no verbal (gestos, modales, presencia física, fotografías, etc.).

> *3.-Para que haya comunicación tiene que haber un RECEPTOR que comprenda el significado del mensaje. MENSAJE es como se le llama en la teoría, a la información.*
>
> > *4.-En casi toda comunicación hay un elemento que hace que ésta no se efectúe con la claridad deseada, que se deforme, distorsione, se fragmente, interrumpa, en fin, se modifique o destruya.*

A esto se le llama RUIDO. El ruido puede originarse: a) En el emisor: lenguaje oscuro o incomprensible, pobreza en el idioma, vicios de dicción, tartamudez, lenguaje no verbal desconocido, etc. b) En el MEDIO o VEHÍCULO: trastornos atmosféricos, descompostura de aparatos, impresión borrosa o con tipografía defectuosa, ambiente

estrepitoso, ortografía pobre, letra ilegible, y otros. c) En el RECEPTOR defectos auditivos o visuales, ignorancia, inteligencia, desatención, y uno siempre presente: la subjetividad de quien lo recibe que hará que el significado lo entienda de acuerdo a su capacidad, preparación, ingenio, talento, y los rasgos o conflictos de su personalidad.

Una persona escribió, digamos, hace 200 años un libro en el que exponía sus ideas, el libro quedó guardado y nadie lo ha leído.

> *En este caso, hay emisor, pero no hay receptor, por lo que no ha habido comunicación, ésta, la comunicación se da habiendo receptor aunque no haya acuse de recibo, esto es, el que emite no necesita saber quién o cuántos recibieron su mensaje.*
>
> > *Millones de personas han recibido los mensajes que hace 2 500 años emitió a través de sus libros Platón, por lo que ha habido una amplia comunicación sin que Platón se haya enterado de ello.*

Un emisor puede existir con su sola existencia, sin el menor intento de comunicarlos, en la ciencia esto es claro, los fenómenos naturales están allí, lo que hace falta es que alguien no sólo los reciba sino que los entienda.

Por ejemplo, en 1871 Wilhelm Herschel descubrió al planeta Urano, que allí había estado desde antes que hubiera hombres en la Tierra y que, además había sido considerado una débil estrella ya que es visible a simple vista, pero nadie había podido entender el significado del mensaje que emitía: se le veía como un cuerpo circular -las estrellas no *se ven así- y se comportaba en forma diferente a las estrellas.

Ahora comprendemos mejor por qué es absurdo decir que “se divorciaron por falta de comunicación”. Cuando es una pareja que pelea y se ofende a todas horas y, comprende bien las ofensas que mutuamente se lanzan, si quieren atribuir su divorcio a la comunicación deberían decir que hay mucha comunicación pero agresiva. y de mala calidad.

Para terminar con este tema, diremos que el más grave problema de la comunicación es el significado de la información. El que comunica algo nunca puede estar seguro de que el significado que él le da a su mensaje sea el mismo que el receptor vaya a comprender.

> *El problema de todo sujeto que intenta comunicar algo, maestro, escritor, conferencista, cónyuge o amigo está en que el significado de su mensaje sea comprendido íntegramente por quien lo recibe. Lo que jamás podrá ser porque la subjetividad del receptor será un ruido que modificará en mayor o menor medida el significado del mensaje.*
>
> > *Continuamos con la EDAD ADULTA; esta es la época más fecunda y en la que los humanos nos tenemos que enfrentar a un mayor número de problemas, que en los primeros años de esta etapa, todos o casi todos son nuevos para el sujeto; uno de ellos principalmente exige gran parte de la energía del individuo: el TRABAJO.*

TOM SE DECÍA A Si MISMO QUE DESPUÉS DE TODO NO EXISTE NINGÚN TRABAJO VANO. HABÍA DESCUBIERTO UNA GRAN LEY DE LOS ACTOS HUMANOS SIN SABERLO, ESTO ES, QUE PARA HACER QUE UN HOMBRE O UN CHICO AMBICIONE UNA COSA, ES SOLAMENTE NECESARIO HACER ESTA COSA DIFÍCIL DE ADQUIRIR O LOGRAR.

SI É L FUERA UN GRAN FILÓSOFO COMO EL AUTOR DE ESTE LIBRO, DEBERÍA HABER COMPRENDIDO QUE EL TRABAJO CONSISTE EN CUALQUIER COSA QUE EL CUERPO

ES OBLIGADO A HACER Y EL JUEGO CONSISTE EN CUALQUIER COSA QUE EL CUERPO NO ES OBLIGADO A HACER. Y ESTO LE HABRÍA LLEVADO A COMPRENDER POR QUÉ FABRICAR FLORES ARTIFICIALES O MANEJAR UN TELAR ES TRABAJO EN TANTO QUE, LANZAR UNA PELOTA O ESCALAR EL MONTE BLANCO ES SOLAMENTE DIVERSION.

HAY CABALLEROS MUY RICOS EN INGLATERRA QUE GUSTAN DE CONDUCIR UN COCHE DE CUATRO CABALLOS PARA PASAJEROS POR 20 0 30 MILLAS DIARIAS EN UNA LINEA REGULAR, DURANTE EL, VERANO, PORQUE ESTE PIVILEGIO LES CUESTA UNA CONSIDERABLE SUMA DE DINERO; PERO SI SE LES OFRECE UN SALARIO POR EL SERVICIO, TRANSFORMARLA SU DIVERSIÓN EN TRABAJO, LO QUE HARÍA QUE ESTOS CABALLEROS RENUNCIARAN.

Mark TWAIN, Torn Sawyer..

El hombre siempre ha tenido que trabajar sin siquiera saber que lo hacía. Al principio recolectando alimentos, buscando cobijo, defendiéndose de los animales y sus enemigos, fabricando utensilios y armas, almacenando provisiones para el invierno o la sequía.

> *Era un trabajo de supervivencia; o trabajaba o moría de hambre o destrozado por las fieras.*
>
> > *Otra actividad que siempre practicó fue el juego, la actividad lúdica; la danza que suponemos una diversión, fue trabajo, ceremonia o ritual sagrado con el fin de propiciarse a las deidades para obtener su ayuda en la caza o en la guerra, estas últimas fueron al principio un juego, la caza aún lo es y, tal vez, hasta la guerra también.*

A medida que fue ascendiendo la escala de la civilización su trabajo se diversificó, lo que obligó a la división del mismo: la especialización.

> *Sin embargo, la necesidad de trabajar siguió siendo la de subsistir, y suplir mayor número de necesidades.*

Con ello aparecieron los esclavos que hacían el trabajo para sus amos. Primero los obtenían en las guerras, después guerreaban para obtenerlos y, al fin, comerciaban con ellos.

Así se establecieron las jerarquías, la más baja los esclavos y las más altas jefes, sacerdotes, guerreros y ricos; estas desigualdades hicieron que los objetivos del trabajo fueran diferentes para las diversas clases. En nuestra época sigue ocurriendo igual, el por qué trabajamos no es el mismo para todos.

El dinero no tiene valor por sí mismo como incentivo para el trabajo, es sólo un medio de intercambio que sirve para obtener los verdaderos incentivos del trabajo; se busca obtener dinero por lo que éste representa.

> *Según Normal Maier en Motivation & Work los humanos trabajamos por:*
>
> > *1.-Necesidades básicas para sobrevivir, como: alimentos, vestido, casa, ropa, etc. (dinero).*
> >
> > *2.-Necesidades de salud y educación, como: médicos, medicinas, ciertos alimentos, escuela, universidad, entrenamiento o aprendizaje de algo (dinero).*
> >
> > *3.-Lujos (dinero).*
> >
> > *4.-Status, posición social, prestigio.*

5.-Poder.

LA SED, EL HAMBRE Y LA DESNUDEZ SON VERDADEROS MALES; PERO LA RIQUEZA ES RELATIVA Y UN PRÍNCIPE CON GRANDES DOMINIOS PRIVADOS, PUEDE ESTAR EX-PUESTO POR SUS DESEOS INTERMINABLES A TODAS LAS ANSIEDADES Y AMARGURAS DE LA POBREZA.

GIBBON, Ascenso y caída del Imperio Romano.

En la sociedad moderna el trabajo requiere mayores conocimientos y especialización así como capacidad para tomar decisiones más significativas según el lugar que se ocupe en la escala del poder.

Es frecuente ya, que en las empresas no se hable de puestos de mayor o menor nivel sino de mayor o menor responsabilidad.

Aunque toda la gente que trabaja desea ascender, no toda ella está dispuesta ni tiene la capacidad para asumir las responsabilidades que cada nivel exige.

Esta es una de las principales causas de que no obstante que haya muchos aspirantes, -son pocos los que pueden ocupar ciertos puestos. La responsabilidad está en relación directa con la importancia de las decisiones que les corresponda tomar.

DECIDIR ES RESOLVER UN CONFLICTO.

TOMA DE DECISIONES

Es algo a lo que todos nos enfrentamos constantemente, hay decisiones tan simples que ni parecen serlo, en cambio otras quitan el sueño.

Decidir es optar por una alternativa entre dos o más.

Hay ocasiones en que las alternativas son dos y muy simples, como: Tomo café o refresco; veo T.V. o me voy a dormir; pero hay otras que tienen más alternativas y son más importantes, por ejemplo: ¿qué carrera estudio?; ¿cuál empleo acepto?; ¿a cuál de los solicitantes contrato?; ¿qué caminos o acciones debo tomar para resolver mi problema económico o los de la empresa en que trabajo y que son de mi incumbencia?

La mayor influencia de una decisión indica el nivel de responsabilidad en que se encuentra quien la toma. El jefe de familia deberá tomar decisiones que afectan al grupo familiar en tanto que las del niño de diez años lo afectarán sólo a él.

LAS GRANDES HAZAÑAS PARA LOS GRANDES HOMBRES ESTÁN GUARDADAS.

CERVANTES, Don Quijote de la Mancha.

Las decisiones de un general son más trascendentales que las de un mayor o un sargento; aunque en el hogar las de la esposa del general sean a veces más trascendentes que las de éste.

Hay personas que por problemas de madurez emocional no pueden decidir, se paralizan, aun en las más simples que sólo afectan sus propias vidas; son seres incapaces de enfrentarse a la problemática del vivir.

Existen instituciones que son un refugio para este tipo de sujetos, ya que en ellas la vida de sus miembros está regimentada de tal forma que el individuo casi no tiene libertad de escoger; por

ejemplo: los soldados en el cuartel" se sujetan a reglamentos que deciden por ellos, hora de levantarse, de acostarse, de comer, qué comer, cómo vestirse, qué labores realizar y muchas más.

> *Lo mismo ocurre en algunos monasterios, órdenes religiosas de cualquier denominación, ciertas escuelas de internados y algunos otros lugares.*
>
> > *Se cuenta el caso cíe un modesto trabajador cuya actividad consistía únicamente en separar las manzanas buenas de las picadas, que tuvo que renunciar a su puesto porque dijo que no soportaba ya tener que estar tomando diariamente tantas decisiones.*

Se ha descubierto que lo que hace tan difícil decidir es:

> *a) Renunciar. Toda decisión exige al escoger una entre varias alternativas renunciar a las que no se escogió.*

b) Posibilidad de error. Al decidir nadie podrá nunca estar seguro de que escogió lo mejor, que no se equivocó.

c) Responsabilidad. Toda acción produce consecuencias, por lo que la decisión exige que quien la toma asuma la responsabilidad de las consecuencias que genere la decisión.

NO DECIDAS CON IMPRUDENCIA, LA DECISIÓN ACTUADA JAMAS PUEDE SER REHECHA.

LONGFELLOW, La máscara de Pandora.

LA SATISFACCIÓN EN EL TRABAJO

La razón básica que el hombre primitivo tuvo para trabajar fue la necesidad de subsistir y 'sigue siendo la misma pero, como ya vimos, no la única; el trabajo es uno de los más grandes problemas de los humanos.

Hoy el trabajo es más complejo y difícil, además debido al incremento de población existe una dura competencia. El trabajo familiar autosuficiente prácticamente ha desaparecido. La interdependencia es de todos con todos.

> *El primero y más angustiante problema es conseguir un puesto u ocupación, el sujeto sin empleo sobre todo cuando otros dependen de él se siente desprotegido, vulnerable, inútil y, a veces, fracasado.*
>
> > *Muchos de los que son considerados perezosos tienen el problema psíquico que ya mencionamos: inhibición para el trabajo, el que casi siempre tiene su origen en la niñez durante la etapa edípica.*

Hay quienes no pueden conservar por más de tres meses un empleo, no porque los despidan sino porque siempre encuentran pretextos para abandonarlo: que porque los están explotando, porque se sienten cansados, porque ya se fastidió de estar manteniendo a tantos "haraganes" en su casa que sólo están pensando en gastarse su dinero, porque creen que están muy enfermos y así a veces van a consulta médica diciendo: "Estoy enfermo de flojera".

SI SE CONSERVA LA CUERDA DEL ARCO SIEMPRE TENSA SE PUEDE QUEBRAR Y FALLAR EL ARQUERO EN EL MOMENTO EN QUE DEBE USARLO. LO MISMO SUCEDE

CON LOS HOMBRES, SI SE DEDICAN CONSTANTEMENTE A UN TRABAJO SERIO Y NUNCA SE CONCEDEN UN PASATIEMPO O UN DEPORTE, PIERDEN EL SENTIDO DE LAS COSAS Y SE VUELVEN LOCOS O MALHUMORADOS.

HERODOTO, Historia.

Autoridad para esas personas es todo lo que limite sus deseos, le imponga restricciones o regimente de cualquier modo su vida; en el trabajo le irritan los horarios, la puntualidad, las tareas que le encargan, las órdenes, en fin, todo lo que el cumplimiento del trabajo exige.

> *Durante toda su vida van de un empleo a otro sin durar en ninguno y aunque sean preparados cada vez ocupan lugares menos importantes, con deterioro económico, que los afecta tanto a ellos como a sus familias.*

LA FUERZA DE TRABAJO APARECE EN EL MERCADO SOLAMENTE SI SU POSEEDOR CUYA FUERZA DE TRABAJO ES LA QUE OFRECE EN VENTA O LA VENDE COMO UNA MERCANCÍA, PARA QUE PUEDA SER CAPAZ DE HACERLO DEBE TENER ESTA FUERZA A SU DISPOSICIÓN Y SER, SIN NINGÚN OBSTÁCULO QUE SE LO IMPIDA, DUEÑO DE SU CAPACIDAD DE TRABAJO, ESTO ES, DE SU PROPIA PERSONA EL Y EL DUEÑO DEL DINERO SE ENCONTRARÁN Y NEGOCIARÁN UNO CON EL OTRO EN BASE A LA EXISTENCIA DE DERECHOS IGUALES, CON ESTA ÚNICA DIFERENCIA QUE UNO ES COMPRADOR Y EL OTRO ES VENDEDOR Y AMBOS, POR LO TANTO IGUALES A LOS OJOS DE LA LEY.

Karl MARX, El capital.

Veremos por último otro caso típico de inhibición neurótica para el trabajo en el que los que se dan cuenta del conflicto son los propios sujetos y no quienes los rodean; son éstos los que a veces buscan ayuda profesional va que su problema los hace sufrir.

Estas personas casi siempre están bien preparadas, son cumplidas, puntuales, responsables y eficaces; su ti-abajo es bien recibido y son, además, serviciales con sus compañeros; el problema es que ellos sienten que son inútiles, que lo que hacen está mal hecho, que les pagan más de lo que merecen, se creen explotadores y parásitos.

Con frecuencia dejan por esas razones los empleos y pasan largos períodos sin trabajar, deprimidos porque se consideran inútiles, mal preparados, y creen que si en algún lado los emplearan será porque no saben lo inútiles que son.

> *Y AL HOMBRE DIJO: POR CUANTO OBEDECISTE LA VOZ DE TU MUJER, Y COMISTE DEL ARBOL DE QUE TE MANDE DICIENDO: NO COMERÁS DE ÉL; MALDITA SERÁ LA TIERRA POR AMOR DE TI; CON DOLOR COMERÁS DE ELLA TODOS LOS DÍAS DE TU VIDA; ESPINOS Y CARDOS TE PRODUCIRÁ, Y COMERÁS HIERBA DEL CAMPO; EN EL SUDOR DE TU ROSTRO COMERÁS EL PAN HASTA QUE VUELVAS A LA TIERRA; PORQUE DE ELLA FUISTE TOMADO: PUES POLVO ERES Y EN POLVO SEAS TORNADO.*

LA BIBLIA, Génesis 3, 16-19.

> *Trabajar entraña muchos problemas porque tenemos que hacerlo para subsistir y quienes no tienen esa necesidad el ocio los agobia y buscan algo que les permita sentirse que son útiles, si no lo encuentran se neurotizan.*

El trabajo también acarrea muchas satisfacciones: saberse apto, sensación de cumplir con un deber, ser creativo, sentirse capaz de proveerse y proveer a quienes de nosotros dependen,

sentir que gracias a nuestro esfuerzo podemos darnos los satisfactores que necesitamos y los que queremos.

¿Qué tan satisfechos están los hombres con las tareas que realizan día tras día? H. M. Bell reporta que un grupo de hombres y mujeres jóvenes que trabajan en la industria empacadora y textil aborrecen sus empleos.

Happock entrevistó un grupo de 309 adultos y encontró que al 30% marcadamente les desagradaba su trabajo, y que a otro 24% les gustaría abandonar sus empleos y el tipo de trabajo que hacían.

D. Starch hizo una encuesta en una amplia muestra de sujetos de diferentes sexos, edades y ocupaciones a quienes preguntó cuáles serían las tres cosas que harían diferentes si volvieran a vivir. El tema más frecuente mencionado (32.7%) fue el de que se dedicarían a una actividad distinta.

> *En una revisión a varios trabajos hechos sobre lo satisfacción en ellos se encontró que no menos de la tercera parte de quienes trabajan por un sueldo estaban insatisfechos por sus ocupaciones. Lo que sugiere que la insatisfacción vocacional es la más grande causa de desagrado entre empleados y trabajadores en la industria contemporánea. Los hombres que no están satisfechos por su trabajo (nosotros incluimos a los estudiantes.-N. M A.) son más sensibles y, más fáciles de manejar por líderes sin escrúpulos quienes los utilizan para fines ajenos a los de los propios trabajadores.*
>
> ***J. Stanley Gray, Psychology in Industry.***
>
> *Lo que Gray afirma de los trabajadores estadunidenses es también válido en México de acuerdo con trabajos que hemos llevado a cabo en la UNAM y otras casas de estudios superiores: la carencia de vocación en la mayoría de los alumnos: quienes buscan no aprender a hacer algo sino cómo ganar fácil y rápidamente dinero.*
>
> > *Al darse cuenta de que el mercado de trabajo está saturado produce en ellos frustración que los transforma en presa fácil de agitadores cuya finalidad nada tiene que ver ni con el estudio ni con el porvenir de los jóvenes.*

En la edad adulta, particularmente en la etapa media cuando el hombre se enfrenta a mayor número de problemas, sus hijos casi adultos, algunos a punto de dejar ya el hogar, comienzan a darse cuenta que ya no tienen el mismo entusiasmo ni la misma capacidad; sus obligaciones en el hogar, en el trabajo y como ciudadanos es mayor que nunca. Hacen planes pero se niegan a menudo reconocer que ya, terminó para ellos la época de los planes a largo plazo.

Es por ello que vamos a referirnos a un fenómeno psicológico que el YO ha utilizado desde la niñez para enfrentar los problemas incapaz de manejar; en esta etapa de la vida, la edad adulta, en la que con más frecuencia tiene que recurrir a los llamados:

MECANISMOS DE DEFENSA

Cuando en el consciente de un individuo surge un impulso o instinto que le es intolerable y que además no puede manejar el YO, entonces recurre a un mecanismo, inconsciente y automático, que le permite controlar la ansiedad producida. Por lo general estos impulsos que generan gran

ansiedad se relacionan con el sexo y la destructividad como matar, incesto, canibalismo, sadismo, coprofilia, tanatofilia, misofilia y otros muchos.

Ana Freud en su libro El Yo y los mecanismos de defensa trata ampliamente estos aspectos del psiquismo, además otros autores han aumentado la lista de las defensas, nosotros nos referiremos solamente a los que creemos más importantes para los fines de este trabajo.

REPRESIÓN

Consiste en una función del YO que elimina de la conciencia el impulso indeseado o cualquiera de sus derivados; sean memorias, emociones, deseos, o la satisfacción de fantasías. Las que quedan como si nunca hubieran existido en lo que se refiere a la vida consciente del individuo.

La represión es algo más que un olvido o, un olvido tan profundo que requiere gran cantidad de energía libidinosa para mantenerlo en esa forma de manera que no pueda ser recordado con ningún esfuerzo deliberado del sujeto, por otra parte, se diferencia del olvido común en que éste casi no requiere de energía para ocurrir. Es el mecanismo de defensa que más utiliza el YO.

EJEMPLO.-Un hombre de negocios de unos 35, años, acostumbraba a ir todos los días por las mañanas a los baños del desaparecido hotel Regis, donde nadaba, tomaba un baño de vapor y a continuación se desayunaba con un grupo de amigos en el restaurant del mismo hotel. Un día durante el vapor se le resbaló el jabón de las manos y al inclinarse a levantarlo, al alzar la cabeza su cara quedó frente a los genitales de otro bañista.

Tuvo un intenso impulso homosexual, que su YO sin poder manejarlo lo reprimió, conscientemente para esta persona no existió fa¡ impulso, pero en su inconsciente se formó un núcleo conflictivo de tal fuerza que lo llevó primero, y con razones baladíes, a dejar de asistir a los baños, poco después también dejó de ir a desayunar con sus amigos y, finalmente, desarrolló una fobia muy marcada al agua, lo que acabó por llevarlo a la consulta psicoanalítica que nos permite relatar este caso.

REGRESIÓN

Es una vuelta a etapas anteriores del funcionamiento del individuo, a niveles de conducta más primitivos y que en esa época le funcionaron al sujeto; son generalmente conductas infantiles que de adulto cumplen parcialmente su cometido pero que con frecuencia no lo logran.

EJEMPLO.-Una secretaria comete frecuentemente faltas de ortografía, pero un día su jefe le llama la atención y ella, en vez de reconocerlo y decidirse a consultar un diccionario o estudiar ortografía, comienza a llorar inconsolablemente o le enseña la lengua al jefe y se sale del privado.

OTRO EJEMPLO.-Los actitudes aniñadas que asumen numerosos enfermos, quienes esperan mimos y un tratamiento tolerante de médicos, enfermeros o familiares; esta actitud que ocurre en situaciones de peligro o miedo se llama reforzamiento narcisista y en los niños es una manera natural de manejar el peligro o el temor pero en los adultos es una regresión.

FORMACIÓN REACTIVA

Es una defensa característica de estados obsesivo-compulsivos; y también participa prominentemente en la formación de la personalidad.

Consiste en actuar de manera contraria, opuesta totalmente al impulso, el cual primero tuvo que ser reprimido, por lo que no queda ningún indicio de él en la conciencia.

Debemos aclarar que las defensas del YO no actúan aisladamente sino que son varias las que generalmente intervienen en un proceso defensivo.

AISLAMIENTO

Defensa que consiste en separar usualmente el componente afectivo derivado de un impulso; así, un impulso a matar puede tomar la forma de un pensamiento obsesivo carente de impacto emocional. No olvidemos que previo a la movilización de cualquiera de estos mecanismos, ocurre el de la represión.

EJEMPLO.-Una madre con una relación sumamente conflictiva con su hijo con quien peleaba y ofendía sin cesar, una mañana mientras desayunaba el muchacho, ella como de costumbre lo recriminaba de perezoso, que no trabajaba, que no tenía vergüenza, que era un mantenido, etc.; hasta que el muchacho fastidiado se levantó y le gritó: "¡Mejor me voy a largar de esta casa!" Y salió cerrando con un portazo.

La madre iracunda le gritó: "¡Ojalá no vuelvas nunca más!" Minutos más farde llamaron a la puerta para avisarle que a su hijo lo acababa de arrollar y matar un tranvía. Al oírlo la mujer perdió el conocimiento y l volver en sí con mucha tranquilidad comenzó a platicar de lo bien que le estaba yendo a su hijo en el empleo que consiguió en Tampico. Había aislado el hecho y sustituido por una fantasía evitando con ello los sentimientos irracionales de culpa, pues sentía que ella lo había matado con su "maldición".

ANULACIÓN

Consiste en alterar actos o pensamientos de una naturaleza diferente pero inocua al YO. Así un individuo puede. verse impulsado a caminar tres veces alrededor de una mesa en una dirección y tres veces en la dirección opuesta. Tales actos o pensamientos son representaciones de poderosos impulsos opuestos que producen sentimientos de culpa; la expiación por el inaceptable acto o deseo es: la anulación de la urgencia.

EJEMPLO.-Un sujeto con impulsos intensos a masturbarse, pero para quien este acto era malo o pecaminoso, el realizarlo le producía dolorosos sentimientos de culpa, asoció su deseo con el acto de anudarse la corbata y como este acto representaba inconscientemente para él masturbarse, se sentía obligado a deshacer el nudo con lo que, en el mismo nivel inconsciente, anulaba el acto "indebido" que representaba.

Pero acostumbraba usar corbata para ir a trabajar y por las mañanas utilizaba cada vez más tiempo para anudar y desanudar la corbata, hasta que llegó un momento en que se dio cuenta de que algo anormal le sucedía por su compulsión a hacer y deshacer tantas veces el nudo, conscientemente no tenia la más remota idea de la causa por la que se vela obligado a estos actos, así que decidió buscar ayuda profesional.

RACIONALIZACIÓN

Consiste en explicarse o justificar actos o pensamientos indeseables, de manera lógica y si es posible también ética. Esta es una defensa que con mucha frecuencia ocurre en el nivel de la conciencia como cuando una persona comete un error -al hablar o al hacer algo y dice a quienes se dieron cuenta de ello: "Así lo hago siempre pero por broma".

PROYECCIÓN

Consiste en atribuir impulsos que surgen dentro de uno a objetos o sujetos externos ajenos a uno mismo. Esto es, proyectan hacia otros los impulsos propios.

> *Cuando un sujeto dice o piensa que le es antipático a alguna otra persona, cuando en realidad esa otra persona le es antipática a él.*

O cuando un sujeto cree que alguien le odia cuando la verdad es que él es quien odia. O quien dice: “Ella está loca de amor por mí”, cuando la verdad es que él es quien está enamorado de ella. Esta defensa es tan común que los ejemplos pueden ser infinitos.

INTROYECCIÓN

Consiste en internalizar o apropiarse internamente de las actitudes, afectos y otros atributos que corresponden a otras personas diferentes del sujeto. Este es el principal elemento de identificación de los hijos con los padres o de las hijas con las madres, cuando el desarrollo de la personalidad es satisfactorio, por lo que juega un importante papel en la formación del superyo y es valiosa defensa en los estados depresivos.

> *También la introyección puede ocurrir con los héroes nacionales, con las personalidades religiosas o con individuos prominentes y admirados por quien los introyecta, como: artistas de cine, T.V., deportistas, etc.*

VUELTA CONTRA SI MISMO

> *Se manifiesta cuando un impulso dirigido externamente sea regresado contra el sujeto que lo tiene, así impulsos hostiles contra alguien al que no se pueden o deben realizar son vueltas contra el sujeto que tiene el impulso hostil.*

Con frecuencia ocurre que el comportamiento de alguien con uno nos provoca hostilidad hacia él, pero esta agresividad no la podemos descargar en quien nos la produjo porque es nuestro jefe, un policía, la esposa, el padre, etc. Poco después, sin saber cómo. o por qué, tenemos dolor de cabeza: hemos vuelto contra nosotros mismos la hostilidad que no pudimos canalizar adecuadamente.

TRANSFORMIACIÓN POR EL CONTRARIO

Esta defensa consiste en cambiar una modalidad instintiva en su opuesta. Así, por ejemplo, un individuo con impulsos amorosos inaceptables puede cambiarlos en odio hacia el objeto en cuestión. Recordemos que la palabra objeto en la teoría psicoanalítica se refiere a la persona, animal o cosa que despierta impulsos sexuales. Se refiere, pues, a objetos sexuales.

SUBLIMACIÓN

El aspecto defensivo de la sublimación se basa en la desexualización del impulso y en el cambio de objeto más aceptable individual y socialmente. Teóricamente por lo general es aceptado que la sublimación no es simplemente un mecanismo de defensa y que tiene aspectos adaptativos que sobrepasan a los puramente defensivos.

> *Hubo una época en la que el vigor juvenil y la fuerza eran más importantes que la sabiduría y la experiencia, hoy ya no es así, en una civilización técnica, donde los*

objetivos de la vida se centran en torno a la producción y distribución de lo que ha sido producido, la fuerza y el vigor son menos importantes que el juicio y la iniciativa.

> *El individuo que tiene éxito en el moderno género de vida, no solamente tiene una capacidad mental superior, sino que es capaz de dominar las habilidades que posee, para usarlas del modo más conveniente, eficaz y con la mayor ventaja posible.*

Más aún, con los avances de la ciencia la duración de la vida humana se ha prolongado como en ninguna otra época de la historia.

El período de la edad adulta, por sí solo o en combinación con la ancianidad, es más largo que los períodos previos de preparación para la vicia.

En los pueblos en que hay más gente en edad madura que niños y adolescentes, los patrones de vida están adecuados para la conducta de adultos emocionalmente equilibrados, bien ajustados. Por lo cual si cl individuo quiere sobresalir o, por lo menos, funcionar adecuadamente, necesita estar maduro no sólo biológicamente sino en sus pautas de conducta.

> *Estas son algunas de las características de conducta de los sujetos adultos bien ajustados y con sano equilibrio emocional:*
>
> *1.-Es capaz y está deseoso de asumir las responsabilidades apropiadas a su edad y status.*
>
> *2.-Participa con placer de las experiencias de cada sucesivo nivel de edad.*
>
> *3.-Voluntariamente acepta las responsabilidades que corresponden a su papel, función o posición en la vida, aun cuando pueda objetar el papel o posición.*
>
> *4.-Se encara a los problemas que requieren solución, no busca medios de evadirlos.*
>
> *5.-Disfruta atacando y eliminando los obstáculos que se oponen a su desarrollo y felicidad; después de convencerse de que los obstáculos son reales y no imaginarios.*
>
> *6.-Puede tomar decisiones con un mínimo de temor, conflicto, búsqueda de consejos y otras formas de eludir el actuar.*
>
> *7.-Persiste en la decisión que ha tomado hasta que nuevos factores de importancia crucial entran en el cuadro.*
>
> *8.-Encuentra su mayor satisfacción en lo que logra en la vida real y no en el reino de la fantasía.*

9.-Sus pensamientos son un proyecto para la acción y no un artificio para posponer o escapar de ella.

10.-Aprende de sus derrotas en vez de buscar excusas para ellas.

11.-No magnifica sus triunfos ni los amplía más allá de las áreas en que ocurrieron.

12.-Sabe cómo trabajar cuando trabaja y jugar cuando juega.

13.-Sabe decir no en aquellas situaciones que l cabo del tiempo pueden ir contra sus propios intereses, aunque de inmediato puedan darle satisfacciones temporales.

14.-Sabe decir sí en situaciones que a la larga pueden ayudarlo, aun cuando momentáneamente le sean insatisfactorias.

15.-Puede manifestar su ansiedad directamente cuando ha sido lastimado u ofendido y actuar en defensa de sus derechos con indignación y actos apropiados a la clase e intensidad de la injuria.

16.-Muestra sus afectos directamente y los manifiesta en actos de acuerdo a su intensidad y calidad.

17.-Puede aceptar la frustración y el dolor emocional cuando no está dentro de sus posibilidades modificar las causas.

18.-Tiene sus hábitos y actitudes mentales tan bien organizados que puede con prontitud llegar a los compromisos requeridos por las dificultades que se le presenten.

19.-Puede poner todas sus energías y concentrarlas en una sola meto que está determinado a alcanzar.

20.-Es una persona que no trata de cambiar el hecho de que la vida es una interminable lucha. Por el contrario, sabe que quienes menos luchan consigo mismos, tendrán más fuerza y juicio más claro para utilizarlos en la batalla de la vida.

E. B. Hurlock, Developmental Psychology.

Las demandas del ambiente cultural en que el individuo vive juegan un papel importante en la determinación del grado de madurez que alcance, esta es la causa de que en las sociedades en que predominan los niños, adolescentes y jóvenes, la conducta general de esa sociedad será más inestable emocionalmente, inmadura y el ritmo de su progreso -si lo hubiere- será inferior al de las sociedades adultas con mejor ajuste emocional.

En la segunda mitad de la edad adulta, el individuo experimenta un notorio cambio en su modo de actuar, pensar y en general en su actitud hacia la vida.

A esa edad el individuo ya ha tenido experiencias tanto positivas como negativas, y las expectaciones y entusiasmos producto de la imaginación y vitalidad juvenil se desvanecen.

En esta edad es cuando el humano comienza a valorar más realísticamente, tanto los eventos del vivir como a las personas. Desde luego, que hay muchos que no sólo en el final de la edad adulta sino ya viejos, inmaduros, siguen enfrentando la vida como adolescentes inexpertos y carentes de juicio.

Los gustos, las preferencias en las diversiones así como el uso del tiempo varían radicalmente. La literatura, música, cine, teatro, pierden importancia o cambian las preferencias. La actitud hacia el sexo es diferente; la disminución de la capacidad sexual así como del atractivo personal para el sexo opuesto tienen una repercusión psicológica en el individuo.

De acuerdo con el grado de madurez emocional, para algunos estos cambios son recibidos como una realidad irreversible, pero otros, neuróticamente niegan el paso del tiempo y siguen soñando en proezas sexuales y conquistas irrealizables, valiéndose de todos los medios que la cirugía, la cosmética y el dinero proporcionan, para hacerse la ilusión de que él o ella siguen siendo atractivos jóvenes.

Pero el tiempo es inexorable y a pesar de todos los artificios y el que pregonen que son "jóvenes de corazón", lo que los hace ridículos; los viejos, viejos son a pesar de todos los grotescos artificios de que se valgan.

Al llegar a esta etapa del desarrollo el individuo se enfrenta a muchas realidades que hasta entonces había imaginado muy diferentes, por ejemplo la conducta de los hijos.

Creyeron muchos que sus niños al crecer iban a ser unos adultos serios, trabajadores, responsables y que vivirían con alegría como amorosos, agradecidos y obedientes hijos, que de ellos, los padres, a quienes pedirían consejo o sin pedirlo lo aceptarían, y que -si tienen valor de autoevaluarse- no cometerían los errores que ellos cometieron.

Pero la realidad es muy diferente, los hijos por lo general se ocuparán de sus propios problemas, lo que no es como muchos padres creen; por "ingratitud" sino que es una ley de la vida; poco espacio queda a los hijos después de atender su problemática personal para dedicarse a la de los padres.

> *Las etapas finales de la edad madura pueden ser muy fecundas y satisfactorias, o pueden estar llenas de amargura, desengaño y dolor.*
>
> *CRÍA CUERVOS Y TE SACARAN LOS OJOS.*
>
> ***REFRÁN POPULAR.***

*Es también *en esta época en la que el hombre se enfrenta a sus fracasos, errores y fantasías, lo que puede hacer serena o. irracionalmente, la relación conyugal al evaluarla la consideran a menudo, que ha sido sólo un cúmulo de incomprensiones y dificultades, lo que es casi siempre, una gran injusticia, porque la tal incomprensión es sólo un subproducto de la gran diferencia que existe entre la forma de entender y enfrentarse a la vida de los dos sexos, que a su vez se apoya en las distintas funciones y roles.*

Pero eso no significa que haya muchas parejas que tengan que, o se nieguen a enfrentarse con la realidad de que su unión ha sido un completo fracaso.

Cuando los hijos se van y no han sabido cultivar algo más en los dos, que el cuidado e interés por los. hijos, al quedar solos, la relación queda hueca, el atractivo sexual casi nulo, y sin intereses comunes, tal vez es esta la razón por la que la mayoría de los divorcios ocurren entre los 20 y 25 años de casados.

Tanto los hombres como las mujeres, en esta etapa, quieren reverdecer sus lauros con aventuras sexuales extramaritales reales o imaginarias.

> *Es muy común que maridos cincuentones dejen a su mujer por una joven de 25 o 30 años con quien pasan unas semanas de desenfrenada euforia a la que siguen meses o años de infierno y sentimientos de culpa, que no resuelven con el abandono de su pretendida conquista.*
>
> > *Este fenómeno era más frecuente en el hombre hasta hace poco tiempo, siendo muy raro que las mujeres abandonaran marido e hijos por otro hombre, pero las informaciones actuales muestran que si no son ya iguales, los casos de las mujeres están en camino de superar a los de los hombres.*

El hombre se tiene que enfrentar a la disminución de su energía en todos los órdenes, se le olvidan con más frecuencia las cosas, particularmente de los nombres (cosa que también ocurre en las mujeres), se da cuenta que en el mercado de trabajo ya no tiene la misma aceptación y

que ha tenido que dejar de hacer muchas cosas simples en cuya dificultad antes ni siquiera reparaba.

En el aspecto sexual su capacidad disminuida lo incomoda y hace sentir mal, aunque sus impulsos y apetitos son casi igual que antes, físicamente ya no logra el funcionamiento pleno, enérgico al que estaba acostumbrado, aun cuando tiene erecciones y puede copular satisfactoriamente, éstas ya no tienen ni la duración ni la rigidez de antes.

La mujer en cambio, puede funcionar en las relaciones sexuales igual que siempre, ya que en ella no hace falta la modificación física necesaria como al hombre, pero tiene algo que también la incomoda: el climaterio o menopausia, que no solamente suprime la ovulación y la menstruación sino que, a veces, produce estados de angustia y 'siempre, modificaciones hormonales.

Mientras que el hombre con el declinar de la sexualidad se considera a sí mismo como casi impotente, aunque no lo sea, la mujer al perder su capacidad de reproducción se siente a menudo, inútil, terminada, como si ya hubiera acabado su razón de existir.

> *Cuando en la realidad es esta la época en la que la mujer puede disfrutar más de la vida y del sexo; ya que desaparece la posibilidad hasta entonces presente de un embarazo, además, sus obligaciones hogareñas disminuyen gradualmente con la disminución de la familia que los matrimonios de los hijos significa.*
>
> > *En ciertos niveles sociales, con mala organización familiar y costumbres un tanto primitivas, en donde la mujer no recibe consideración alguna, los casamientos de los hijos no disminuyen su trabajo sino que lo aumentan, porque éstos llevan al hogar paterno a los cónyuges (la casa contemporánea de limitadísimas dimensiones).*

Estas conductas complican el alojamiento y favorecen la promiscuidad ya que el modesto espacio originalmente destinado a una familia llega a albergar 2, 3 o más familias, todas ellas prolíficas.

UN PADRE, DIJO STEPHEN, LUCHANDO CONTRA LA DESESPERANZA, ES UN MAL NECESARIO... LA PATERNIDAD EN EL SENTIDO DE UN CONSCIENTE ENGENDRA-MIENTO ES DESCONOCIDA PARA EL HOMBRE ES UN ESTADO MÍSTICO, LA SUCESIÓN APOSTÓLICA DE SOLAMENTE EL ENGENDRADOR A SOLAMENTE EL ENGENDRADO. EN ESE MISTERIO Y NO EN EL DE LA MADONA, EN QUE ÚNICAMENTE EL ASTUTO INTELECTO ITALIANO ARROJO AL POPULACHO DE EUROPA, EN EL ESTA BASADA LA IGLESIA Y. CIMENTADA IRREMOVIBLEMENTE PORQUE ESTA FUNDADA, COMO EL MUNDO, MACRO Y MICROCOSMOS, SOBRE EL VACÍO; SOBRE INCERTIDUMBRE, SOBRE DESIGUALDAD.

AMOR MATRIS, SUBJETIVO Y OBJETIVO GENITIVO, PUEDE SER LA ÚNICA COSA VERDADERA EN LA VIDA LA PATERNIDAD PUEDE SER SOLO UNA FICCIÓN LEGAL. ¿QUIÉN ES EL PADRE DE CUALQUIER HIJO QUE CUALQUIER HIJO DEBE AMARLO O ÉL A CUALQUIER HIJO?

ELLOS SE HALLAN SEPARADOS POR UNA VERGÜENZA CORPORAL TAN CONSTANTE QUE LOS ANALES CRIMINALES DEL MUNDO, MANCHADOS CON TODOS LOS INCESTOS Y BESTIALIDADES, DIFÍCILMENTE CONSIGNAN SU INFRACCIÓN. HIJOS CON MADRES, HERMANAS LESBIANAS, AMORES QUE NO SE ATREVEN A PRONUNCIAR SU NOMBRE, SOBRINAS CON ABUELAS, PRISIONEROS CON OJOS DE LA CERRADURA, REINAS CON TOROS PREMIADOS. EL HIJO NO NACIDO DESFIGURA LA BELLEZA: NACIDO TRAE

DOLOR, DIVIDE LOS AFECTOS, AUMENTA LA ANSIEDAD. EL ES UN HOMBRE Y SU CRECER MARCA EL DECLINAR DEL PADRE, SU JUVENTUD ES LA ENVIDIA DEL PADRE Y SU AMIGO EL ENEMIGO DEL PADRE.

James JOYCE, Ulises.

La última parte de la edad adulta es cuando el humano recuenta sus triunfos y fracasos y contempla el futuro con temor; algunos se dan cuenta de que lo que no hicieron ya no lo harán nunca y, los que son serenos comprenden por fin, que nadie, ni ellos, ha podido hacer más de lo que hicieron. Verdad de Perogrullo, pero verdad.

> *Es en esta etapa cuando se toma conciencia de todas las frustraciones que desde siempre han tenido que soportar y que, además, mientras viva seguirá enfrentándoseles, soportándolas, sufriéndolas. Por esto conviene veamos qué son, cómo se generan y cómo se enfrenta a ellas el ser humano.*

LAS FRUSTRACIONES

La frustración es uno de los pocos fenómenos psíquicos que se han podido reproducir experimentalmente en laboratorio y por lo tanto del que más precisa información se tiene.

Es un fenómeno psíquico que no sólo afecta al hombre sino también a los animales.

ES EL ESTADO MENTAL QUE SE PRODUCE EN UN INDIVIDUO CUANDO ÉSTE SE DIRIGE HACIA UNA META QUE DESEA ALCANZAR Y ALGÚN OBSTÁCULO QUE SE INTERPONE SE LO IMPIDE.

Freud consideró el hecho de que la frustración reviste gran importancia en el desarrollo del sentido de la realidad durante los primeros meses de vida. Hizo notar, por ejemplo, que el infante experimenta 'con frecuencia ciertos estímulos, digamos, el seno y la leche que son fuentes importantes, medios de gratificación, que en ocasiones se encuentran ausentes, el niño lo descubre porque tiene una fuerte carga catéxica (energía libidinosa): el niño está hambriento.

Tales experiencias de frustración se repiten inevitablemente una y otra vez de diferentes modos durante toda la infancia, lo que Freud consideró el factor más significativo en la adquisición del sentido de la realidad. Por medio de estas frustraciones los infantes aprenden que ciertas cosas en el mundo van y vienen, que ellas tanto pueden estar aquí como no estar sin que importe qué tanto ellos lo deseen. Este es uno de los puntos de partida para reconocer que tales cosas no están dentro del YO sino fuera del YO.

Recíprocamente hay estímulos que el infante no puede hacer que desaparezcan; no importa lo mucho que ellos quieran que no estén allí. Esos estímulos pueden surgir dentro del cuerpo y son el punto de partida para reconocer que tales cosas -por ejemplo un dolor de estómago- no están fuera sino dentro de él mismo.

Ch. Brenner, Textbook of Psychoanalisys.

Mientras más importancia tenga para el sujeto la meta u objetivo que pretende alcanzar más intensa será su frustración, más aguda la tensión emocional y la ansiedad de que sea presa; la frustración es un estado mental, no un evento de la vida como algunas personas cren.

ESTE ESTADO EMOCIONAL ES EL QUE DETERMINA LA CONDUCTA Y NO LA REALIDAD DE LA SITUACIÓN QUE ESTA VIVIENDO.

Tanto los hombres como los demás animales tienen diversas formas de responder a la frustración, entre las que destacan las cinco que a continuación veremos valiéndonos de un ejemplo imaginario.

Una oveja sedienta se dirige al manantial en el que acostumbra beber agua, cuando está próxima a llegar ve que en el lugar en que abreva está echado, durmiendo un gran lobo; es el obstáculo entre su meta y el poder alcanzarla, está frustrada, tiene ansiedad. ¿Qué opciones tiene para resolver su situación?

a) Agresión. Puede enfrentarse al lobo para alcanzar su meta y calmar su sed. Lo que es muy peligroso para la oveja.

b) Regresión. Puede huir de inmediato procurando que el lobo no despierte, por lo que no satisfará su sed, lo que aumentará su frustración.

c) Fijación. Se quedará paralizada sin saber qué hacer. Lo que no resuelve nada y la expone al peligro de que el lobo despierte y la ataque.

d) Resignación. Seguirá hacia su meta dispuesta a lo que pase. Es conducta negativa, la puede llevar a "la boca del lobo", pero también puede ser que no despierte o que estando. satisfecho su apetito no intente nada contra ella.

e) Pánico. Es un comportamiento desordenado, de terror, con balidos, respingos, carreras desordenadas, modificaciones. físicas en el cuerpo del animal. Éste es generalmente destructivo pero a veces funciona ya que el otro animal se asusta.

Estas respuestas a la frustración han sido verificadas en muchas ocasiones y laboratorios por diferentes investigadores.

Hagamos una transpolación a la conducta humana. La agresión es la respuesta más frecuente y a veces la más efectiva en el manejo de la frustración, pero para que funcione debe:

a) ser dirigida hacia lo que o quien la produce, y

b) que el sujeto frustrado tenga tanta o más energía que el frustrante.

Estas condiciones no se dan con frecuencia, por lo general el individuo no tiene capacidad para quitar lo que le produce la frustración. Lo frustrante pueden ser elementos naturales como lluvia, nieve, inundaciones, sequías, calor, frío, etc., ante los cuales el hombre es impotente, lo que no impide la frustración.

También pueden ser situaciones causadas por los hombres pero impersonales como el caos en el tránsito, la carestía de la vida, la contaminación, aglomeraciones, manifestaciones, asonadas, revoluciones, guerras, etc., sobre las que individualmente el hombre no tiene ningún poder.

Otras causas son las leyes, disposiciones, reglamentos y demás medios coercitivos que tienen los gobiernos, a los que se puede oponer en los países democráticos, por los conductos legales o bien ignorarlos, con lo que se expone a sanciones; cuando esta conducta se generaliza se rompe el orden jurídico de una nación.

Pero hay todavía más elementos frustrantes relacionados con la conducta de terceros: los jefes en el trabajo, los compañeros, los amigos, los padres, los hijos, los cónyuges, el empleado majadero en la ventanilla de una oficina o de algún negocio, y la lista puede ser interminable.

Con los elementos naturales es absurdo esperar que se dirija la agresividad a la naturaleza, pero en muchos otros casos en los que sí se puede enfrentar al objeto

frustrante, no es común que se manifieste hacia él, ya sea por cobardía, temor, comodidad, timidez, ignorancia y hasta tontería.

En estos casos el individuo frustrado canaliza la agresividad hacia sujetos sustitutos que no pueden defenderse y no son una amenaza para él como por ejemplo: los hijos, cónyuges, subalternos, meseros, las personas a las que tiene que atender en su empleo, en fin, todo aquel a quien imagina incapaz de responder a su agresión; aunque en ocasiones- se equivoca.

Finalmente, una forma frecuente de ciar curso a la agresividad es dirigirla contra sí mismo (ya vimos el mecanismo así llamado) accidentes, lastimaduras, pérdidas de objetos o dinero, daño en sus propios bienes, choques con automóviles, comisión cíe errores que originan problemas en el trabajo, enfermedades y, lo más común, dolores de cabeza.

El siguiente modo de nuestro ejemplo es la regresión, que en la oveja se manifestó como huida, en el hombre es volver a pautas infantiles de conducta que se manifiestan de múltiples formas, como arranque de ira por simplezas (berrinches en los, niños), puerilidad, jugueteos fuera de lugar, irresponsabilidad, sugestionabilidad, pérdida del control emocional, llanto por causas irrisorias, aceptación incondicional de líderes o manipuladores, chismes, gran credibilidad a los rumores, crítica destructiva, saboteo a sí mismo o en su actividad, etc.

Otra forma de enfrentarse a la frustración es la fijación, en que la oveja se quedó inmóvil y que en el hombre se manifiesta de variadas formas.

Tendencia a continuar actividades sin valor positivo ni utilidad alguna para la adaptación. Rigidez en la conducta.

Incapacidad de cambio; tendencia a continuar haciendo algo que no le producirá lo que desea. En un experimento con una rata frustrada golpeó con la cabeza más de doscientas veces (hasta desmayarse) un botón que no le daba comida en lugar de presionar el que estaba junto y que antes de la frustración había aprendido a presionarlo para obtener alimento.

Accidentes continuados, repetición del mismo error. En incendios en lugares con muchas personas dentro, como cines, teatros, etc., la gente pretende salir por una puerta clausurada y ahí muere.

Terquedad. Ciega obstinación en el sujeto que insiste en que lo que dice o hace está bien a pesar de que se le demuestre lo contrario; el equivocado es el mundo, no él.

La resignación en los humanos consiste en desaliento, desempleo frecuente, desinterés en hacer cualquier esfuerzo, desorientación, moral baja, aparente` pereza, sensación de que es inútil todo lo que se haga, períodos depresivos, negativismo; son personas que influyen desfavorablemente en sus compañeros de trabajo.

El pánico es una conducta desordenada, destructiva, de poca utilidad para el manejo de la frustración más frecuente en los animales que en el hombre, el cuerpo experimenta notorios cambios físicos:. sudoración, palidez, ojos desorbitados, pelo erizado, espuma en la boca, respiración anhelante, impredictabilidad de la conducta. Función a cuando amedrenta a quien produce la frustración.

Los medios de que se valen los organismos para manejar la frustración no se utilizan uno u otro, sino que, con gran frecuencia funcionan uno o varios al mismo tiempo, particularmente en el caso cíe los humanos.

ESTOY ENOJADO CON MI AMIGO: LE PLATICO MI ENOJO Y MI ENOJO TERMINA. ESTOY ENOJADO CON MI ENEMIGO: LE CUENTO MI ENOJO Y MI ENOJO CRECE.

BLACK, A Poison Tree.

> *Se afirma que la capacidad para tolerar las frustraciones es un indicio de ajuste emocional. En la etapa adulta muchos hombres por fin ya aprendieron a manejar sus frustraciones pero hay, desde luego, muchos que nunca aprenden a hacerlo.*
>
> > *En esta etapa, la adulta, para algunas personas es la etapa de la reflexión serena, para otros de amargura y para muchos ni se percatan que han vivido.*

Y así con ganas de hacer planes pero sin porvenir para realizarlos, con amargura o sin ella, satisfechos o con el dolor de no poder enmendar los errores cometidos y como el Fausto de Goethe dispuestos a pagar con su alma el poder de hacer lo que en su tiempo fueron incapaces se enfrentan a una frustración más.

-LLÁMAME, AMIGA, A MIS BUENOS AMIGOS: EL CURA, EL BACHILLER SANSÓN CARRAZCO Y A MAESE NICOLÁS EL BARBERO QUE QUIERO CONFESARME Y HACER MI TESTAMENTO.

PERO DESTE TRABAJO SE ESCUSÓ LA SOBRINA CON LA ENTRADA DE LOS TRES.

APENAS LOS VIO DON QUIJOTE CUANDO DIJO: -DADME ALBRICIAS, BUENOS SEÑORES, DE QUE YA NO SOY DON QUIJOTE DE LA MANCHA, SINO ALONSO QUIJANO A QUIENES MIS COSTUMBRES ME DIERON RENOMBRE DE BUENO. SOY ENEMIGO DE AMADIS DE GAULA Y DE TODA LA INFINITA CATERVA DE SU LINAJE; YA ME SON ODIOSAS TODAS LAS HISTORIAS PROFANAS DE LA ANDANTE CABALLERÍA; YA CONOZCO MI NECEDAD, Y EL PELIGRO EN QUE ME PUSIERON HABERLAS LEÍDO, YA POR MISERICORDIA DE DIOS. ESCARMENTADO

EN CABEZA PROPIA. LAS ABOMINO... LO QUE HASTA AQUÍ, REPLICÓ DON QUIJOTE HAN SIDO VERDADEROS EN MI DAÑO, LOS HA DE VOLVER MI MUERTE CON AYUDA DEL CIELO EN MI PROVECHO. YO, SEÑORES, SIENTO QUE ME ESTOY MURIENDO A TODA PRIESA: DÉJENSE BURLAS A PARTE Y TRÁIGANME

UN CONFESOR QUE ME CONFIESE Y UN ESCRIBANO QUE HAGA MI TESTAMENTO: QUE EN TRANCES COMO ÉSTE NO SE HA DE BURLAR EL HOMBRE CON EL ALMA; Y ASÍ SUPLICO QUE EN TANTO EL SEÑOR CURA ME CONFIESA VAYAN POR EL ESCRIBANO.

Miguel de CERVANTES SAAVEDRA, Don Quijote de la Mancha.

LA PERSONALIDAD Y LA COMPRENSIÓN DE LA DIVERSIDAD DE LOS CONSUMIDORES

Los mercadólogos están interesados en comprender cómo influye la personalidad en el comportamiento en el consumo, porque estos conocimientos les permiten comprender mejor a los consumidores, segmentar y enfocar con mayor propiedad a aquellos consumidores que es probable que respondan positivamente a sus mensajes sobre productos o servicios. Esta sección examina algunos rasgos específicos de la personalidad que parecen promisorios para una mejor comprensión del comportamiento del consumidor.

Innovatividad del consumidor y los rasgos relacionados con la personalidad

Los que se dedican a la mercadotecnia necesitan aprender todo lo que sea posible acerca de los consumidores, que probablemente prueben nuevos productos,

servicios o prácticas, porque la respuesta en el mercado de estos innovadores con frecuencia es crucial para el éxito de un producto o servicio nuevo.

Los rasgos de personalidad que han probado ser útiles en la diferenciación entre los ***consumidores innovadores*** y ***no innovadores*** incluyen la innovatividad del consumidor, su dogmatismo, carácter social, nivel óptimo de estimulo p búsqueda de variedad novedad. (El capítulo 18 examina características adicionales que distinguen a los consumidores innovadores y no innovadores.)

Innovatividad del consumidor Es de suma importancia, tanto para los consumidores como para los mercadólogos, definir el grado de receptividad que los consumidores puedan tener para nuevos productos, servicios, o prácticas, porque ambos pueden beneficiarse de la innovación correcta. Los investigadores del consumidor han procurado desarrollar instrumentos para medir el nivel de innovatividad del consumidor, porque las mediciones de este rasgo de personalidad proporcionan elementos de juicio sobre la naturaleza y límites de la voluntad del consumidor para innovar. 1 La tabla 5-4 presenta una medición de seis aspectos de la innovatividad del consumidor, que está diseñada en especial para ser flexible en términos de los límites o dominio que se está estudiando (por ejemplo, categoría amplia de productos, computadoras personales; categoría de subproductos, computadoras portátiles; tipo, computadoras de portafolio). Se verá con mayor detalle el importante tema de la "innovatividad del consumidor" en el capítulo 18.

Dogmatismo El dogmatismo es un rasgo de personalidad que mide el rasgo de rigidez que los individuos muestran hacia lo desconocido y hacia la información que es contraria a sus propias creencias ya establecidas. Una persona que es altamente dogmática se acerca a lo desconocido de manera defensiva y con considerable incomodidad e incertidumbre. En el otro extremo del espectro, una persona que tiene un dogmatismo bajo, con facilidad tomará en cuenta lo desconocido o las creencias opuestas.

*TABLA 5-4 Una escala de innovatividad del consumidor**

En general, me encuentro entre los últimos en mi círculo de amigos en comprar un nuevo (álbum[#] de rock) cuando sale al mercado.**

Si supiera que estaba disponible un (nuevo álbum de rock) en la tienda, tendría suficiente interés como para comprarlo.

En general soy el último en mi círculo de amigos en conocer los (títulos de los últimos álbumes de rock).** En comparación con mis amigos, tengo pocos (álbumes de rock).**

Compro un nuevo (álbum de rock) aunque todavía no lo haya escuchado.

Sé los nombres de (nuevas actuaciones de rock) antes que otras personas.

** Medido en una escala de "acuerdo' de 5 puntos.*

[#] La categoría del producto y las palabras relacionadas se han alterado para ajustarse al propósito del investigador.

*** Los items con (**) están expresados en forma negativa y se califican a la inversa.*

Fuente: Ronald E. Goldsmith y Charles F. Hofacker, "Measuring Consumer Innovativeness", Journal of the Academy of Marketing Science 19 (1991), 212. Derechos Reservados 1991, Academy of Marketing Science. Reimpreso con permiso.

Los consumidores que tienen bajo dogmatismo (son de mente abierta) es muy posible que prefieran productos innovadores a las alternativas establecidas o tradicionales. En contraste, es muy posible que los consumidores muy dogmáticos (de mente cerrada) escojan productos establecidos antes que alternativas innovadoras.

Es factible que los consumidores muy dogmáticos acepten mejor los anuncios de nuevos productos o servicios que contienen un llamado autoritario. Para alcanzarlos, los mercadólogos han empleado celebridades y expertos, en su publicidad de nuevos productos para que los consumidores potencialmente reacios (no innovadores) acepten la innovación con mayor facilidad. En contraste, los consumidores bajos en dogmatismo (que con frecuencia tienen una alta innovación) parecen ser más receptivos a mensajes que señalan las diferencias verdaderas y los beneficios del producto. El tono informativo y solucionador de problemas del anuncio de Dairy Ease en la figura 5-7 parece enfocarse a los consumidores con bajo dogmatismo, que naturalmente desearían evaluar las nuevas alternativas.

Carácter social El rasgo de personalidad conocido como carácter social tiene sus orígenes en la investigación sociológica, que se enfoca en la identificación y clasificación de individuos en diferentes tipos socioculturales. Según se usa en la psicología del consumidor, el carácter social es un rasgo de personalidad que varía en un continuo de ***dirección hacia adentro*** a ***dirección hacia otros***. La evidencia disponible indica que los consumidores con dirección hacia adentro tienden a confiar en sus propios valores o estándares "internos" para evaluar nuevos productos, y es probable que sean consumidores innovadores. A la inversa, los consumidores con dirección hacia otros tienden a depender de otras personas para que los dirijan sobre lo que está "bien" o "mal"; de esta manera, es menos posible que sean consumidores innovadores.

Los consumidores con dirección hacia adentro y hacia otros también pueden ser atraídos con diferentes tipos de mensajes promocionales. La gente que ve hacia adentro parece preferir anuncios que enfatizan características del producto y beneficios personales (capacitándolos para utilizar sus propios valores y normas al evaluar productos), mientras que la gente con dirección hacia otros parece preferir anuncios que muestran un ambiente social o una aceptación social (en consonancia con su tendencia de buscar la dirección en otras personas). Así, los individuos con dirección hacia otros pueden ser influenciados más fácilmente, por su inclinación natural de ir más allá del contenido de un anuncio y pensar en términos de la posible aprobación social derivada de una compra potencial.

Nivel óptimo de estímulo Algunas personas parecen preferir una existencia sencilla, calmada y sin complicaciones, mientras que otras parecen preferir un ambiente colmado de experiencias novedosas, complejas y desusadas. La investigación del consumidor ha examinado la forma en que varían las necesidades de estímulo y cómo éstas pueden ser influenciadas por rasgos selectos de la personalidad, y, a su vez, los niveles específicos de estímulos pueden relacionarse con el comportamiento del consumidor. 14 Hasta ahora, esta investigación ha vinculado los altos niveles óptimos de estímulo (OSLs) con una mayor voluntad para tomar riesgos, probar nuevos productos, ser innovadores, buscar información relacionada con la compra y aceptar nuevas instalaciones de venta al menudeo.

El OSL también parece reflejar el nivel de estímulo en su estilo de vida deseado por una persona. 15 Por ejemplo, si los estilos de vida reales de los consumidores son equivalentes a sus calificaciones OSL, entonces es muy posible que estén sumamente satisfechos. En cambio, si sus estilos de vida están subestimulados (esto es, su OSL es mayor que la realidad actual), es probable que estén aburridos; si sus estilos de vida están sobreestimulados (esto es, su OSL es inferior a la realidad actual), es probable que busquen descanso o desahogo. Esto sugiere que la relación entre los estilos de vida de los consumidores y sus OSLs probablemente influyan en la selección de productos o servicios, y cómo administran y pasan su tiempo. Por ejemplo, una persona que está aburrida (un consumidor subestimulado) posiblemente se sienta atraída por unas vacaciones que ofrecen mucha actividad y un tiempo emocionante. En contraste, la que se siente abrumada (un consumidor sobreestimulado) probablemente busque unas vacaciones quietas, aisladas, relajantes y rejuvenecedoras. El mensaje en el anuncio de revistas en la figura 5-8 de la isla tropical de Aruba, está diseñado para atraer a individuos que buscan estímulos cuando dice: “quizás usted vaya a esquiar, a esnorquelear, bucear, velear, bailar, apostar, o pescar en mar abierto”. Sin embargo, también puede atraer individuos que desean evitar el estímulo cuando dice: “o quizás no. Es su isla, ¿verdad?”

Podría ser útil para los mercadólogos considerar la segmentación de mercados para servicios o productos seleccionados, en términos de OSL. Se podría esperar que los consumidores que requieren mayor nivel de estímulos respondieran de forma favorable a productos, ambientes de servicio y campañas promocionales que enfatizan más, en lugar de menos riesgo o emoción; lo inverso sería cierto para consumidores que buscan menores niveles de estímulo.

Búsqueda de variedad y novedades Una característica impulsada por la personalidad muy similar a OSL es la variedad o búsqueda de novedad. Parece que existen muchos tipos diferentes de búsqueda de variedad: comportamiento exploratorio en la compra (por ejemplo, cambio de marcas para experimentar nuevas alternativas, que posiblemente sean mejores), exploración vicaria (por ejemplo, cuando el consumidor obtiene información acerca de una alternativa nueva o diferente, y luego medita o hasta fantasea con esa nueva opción), e innovación de uso (por ejemplo, cuando el consumidor utiliza un producto ya adoptado en una forma nueva o novedosa). 16 La tercera forma de búsqueda de variedad o novedad -innovación en el uso- es en especial relevante en el caso de los productos tecnológicos (como productos electrónicos para el hogar), en donde algunos modelos ofrecen abundancia de características y funciones, mientras que otros contienen sólo unas cuantas características o funciones esenciales. Por ejemplo, los investigadores encontraron que los consumidores con calificaciones más elevadas en la búsqueda de variedad,, compraban calculadoras con más características que los consumidores que tenían calificaciones más bajas en la búsqueda de variedad.

La investigación indica que el consumidor innovador difiere del no innovador en términos de orientación de la personalidad. Conocer estas diferencias en la personalidad debe ayudar a los mercadólogos a seleccionar segmentos como objetivos para nuevos productos, y a diseñar estrategias promocionales distintivas para segmentos específicos.

FIGURA 5-7 Anuncio para captar a los consumidores con un dogmatismo bajo
Cortesía de Sterling Winthrop.

You know you have trouble digesting this.

Did you know you could be missing this?

The natural lactase enzyme that helps you digest dairy foods, magnified seven times.

Maybe it's time you got to know this.

If you have trouble digesting dairy foods, you're not alone. It's a common problem, and in 1 in 4 Americans it's caused by a natural enzyme deficiency. Your body simply does not produce enough of the natural lactase enzyme required to digest dairy foods. Antacids are not the answer. Dairy Ease® is.

It's a natural enzyme supplement that provides the enzyme you need to comfortably digest everything from milk on cereal to a cheesy pizza at dinner.

Dairy Ease is natural and safe. Just take a few chewable tablets or easy-to-swallow caplets with your meal. There's also great-tasting lactose reduced Dairy Ease® real milk, in 2%, 1% or Nonfat.

For a free trial sample of Dairy Ease and a free guide, call 1-800-233-7500 ext. 221.

To start enjoying dairy foods, why not redeem this coupon now.

PLU# Manufacturer's Coupon Expires 3/1/93

Save 50¢ now.

Good only on Dairy Ease tablets, caplets or drops (any size). Fill in below to learn about future offers

Name

Address Apt. #

City

State Zip

CONSUMER: Only one coupon is redeemable per purchase and only on specified product(s) and size(s). You pay any sales tax. RETAILER: You are authorized to act as our agent and redeem this coupon at face value on specified product. We will reimburse you for the face value of this coupon plus 8¢ if submitted in compliance with the Sterling Health Coupon Redemption Policy, incorporated herein by reference. USE NOT CONSISTENT WITH THESE TERMS CONSTITUTES FRAUD AND MAY VOID ALL COUPONS SUBMITTED. Send coupons to: Sterling Health, CMS Dept. #12543, 1 Fawcett Dr., Del Rio, TX 78840. Cash value 1/100 of 1¢. Good only in U.S.A.

DAIRY EASE®

31234

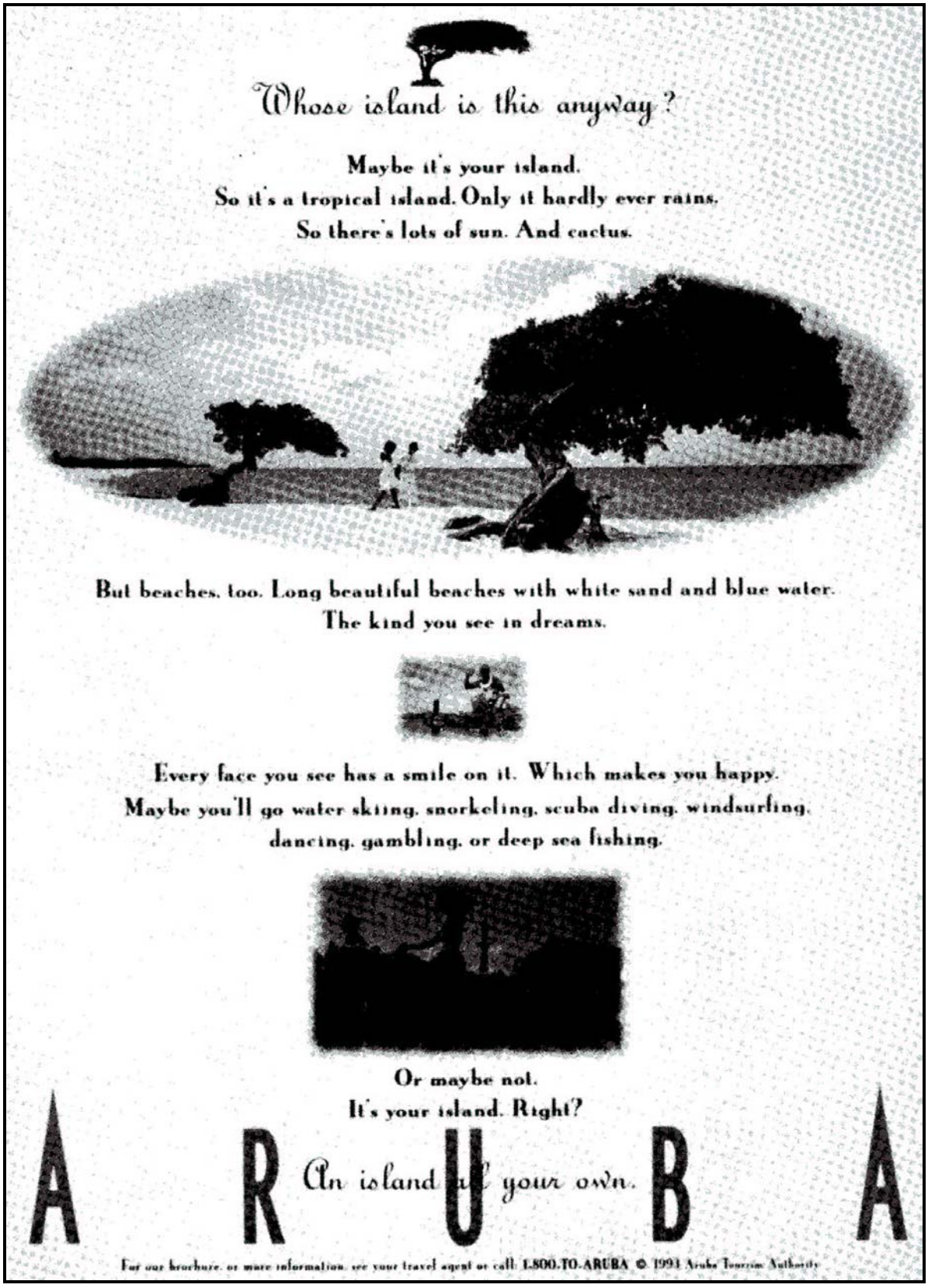
©1992 Sterling Health

Susceptibilidad del consumidor a la influencia interpersonal

Así como los investigadores del consumidor están interesarlos en identificar las características de los consumidores innovadores, también están involucrados en precisar los rasgos de consumidores que posiblemente respondan a la influencia de otras personas. Recientemente, los investigadores del consumidor han desarrollado una escala de doce aspectos (llamada “SUSCEP”) diseñada para medir la susceptibilidad de los consumidores a la influencia interpersonal.18 Se supone que SUSCEP es un rasgo general que refleja las diferencias del consumidor en términos de respuesta a la influencia social. De acuerdo con la teoría subyacente sobre la que se desarrolló la escala, hay tres tipos de influencias interpersonales: (1) influencia de la información, que es la tendencia de aceptar la información de otras personas como evidencia de la realidad; (2) influencia expresiva del valor, que captura los deseos del consumidor para resaltar su posición frente a otras personas siendo similar a ellas; y (3) la influencia utilitaria, en donde los consumidores están de acuerdo con los deseos de otros a fin de obtener un premio o evitar un castigo. Los últimos dos tipos de influencia (esto es, expresiva de valor y utilitaria) son cada una de naturaleza normativa y subjetiva; es decir, reflejan las propias expectativas del consumidor respecto de los objetivos de otros. La prueba de la escala SUSCEP muestra que los individuos que tenían calificaciones más altas en la susceptibilidad a la influencia interpersonal tenían menos confianza en sí mismos, que los consumidores que tuvieron menores calificaciones en susceptibilidad a la influencia interpersonal. Esto fue cierto especialmente en el factor normativo (combinación de las influencias expresivas de valor y utilitarias).

La medida SUSCEP posiblemente sea útil cuando se examina la forma en que opera la influencia social para alentar y desalentar la aceptación de productos o servicios nuevos. (Véase el capítulo 17 para una presentación más detallada de la influencia personal y el liderazgo de opinión.)

FIGURA 5-8 Un mensaje para consumidores de alto y bajo NOE
Cortesía de la Aruba Tourism Authority



Factores de la personalidad cognoscitiva

Los investigadores del consumidor han estado interesados cada vez más en la forma en que los factores de la ***personalidad cognoscitiva*** influencian diversos aspectos del comportamiento del consumidor. En especial, dos rasgos de personalidad cognoscitiva -los visualizadores en comparación con los verbalizadores y la necesidad cognoscitiva- han evidenciado su utilidad en la comprensión de aspectos seleccionados del comportamiento del consumidor."

Los visualizadores en comparación con los verbalizadores Un área que ofrece grandes posibilidades en la investigación de la personalidad cognoscitiva, clasifica a los consumidores como visualizadores (consumidores que prefieren la información visual y productos que enfatizan lo visual, como la membresía en un videoclub) o verbalizadores (consumidores que prefieren información y productos escritos o verbales, como la membresía en clubes de libros o de audiocasetes). Algunos mercadólogos acentúan las fuertes dimensiones visuales para atraer a los visualizadores (véase la figura 5-9); otros destacan una descripción detallada o explicación punto-por-punto para atraer a los verbalizadores (véase la figura 5-10).

Necesidad cognoscitiva Otra característica promisoria de la personalidad cognoscitiva es la necesidad cognoscitiva (NC), que mide la necesidad de una persona de pensar o su gusto al hacerlo. La investigación disponible indica que es más factible que los consumidores que tienen una alta NC respondan a la parte de un anuncio rico en información o descripción del producto, y no responden a los aspectos contextuales o periféricos del anuncio, como la presencia de una celebridad como patrocinador." En contraste, aquellos consumidores que tienen una NC relativamente baja, es muy posible que sean atraídos hacia los aspectos periféricos o de trasfondo de un anuncio, como una modelo atractiva o una celebridad bien conocida. (Véase también la explicación en las rutas centrales y periféricas a la persuasión en los capítulos 7 y 10.) Otras investigaciones sugieren que los consumidores que tienen una alta NC posiblemente sean más receptivos a colores frescos (por ejemplo, azul y verde) que aquellos que tienen una baja NC.

Si la investigación futura las corrobora, estas percepciones deben proporcionar a los publicistas lineamientos valiosos para crear mensajes y arte de apoyo (incluido el color) para la publicidad, que llame la atención de la necesidad cognoscitiva de los consumidores objetivos.

Del materialismo del consumidor al consumo compulsivo

Los investigadores del consumidor se interesan cada vez más en la exploración de varios rasgos interrrelacionados del consumo y la posesión. Estos rasgos varían del materialismo del consumidor y de un comportamiento fijo de consumo, a un comportamiento compulsivo del consumidor.

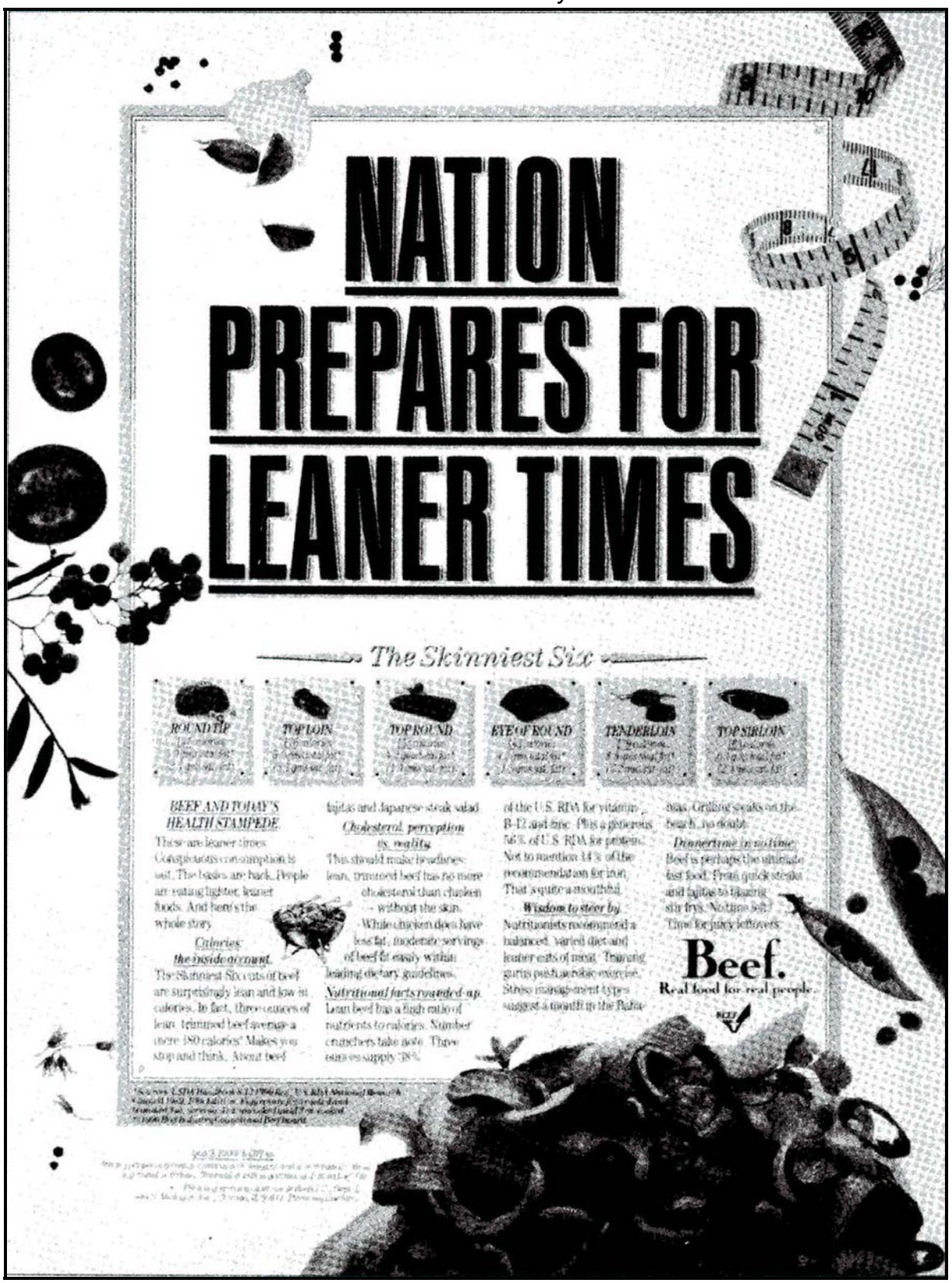
Materialismo del Consumidor El "materialismo" (o la gente que es "materialista") es un tópico que con frecuencia aparece en los periódicos, revistas y en televisión (por ejemplo, "los estadounidenses son muy materialistas"), y en conversaciones cotidianas entre amigos ("¡él es tan materialista!"). El materialismo, como un rasgo semejante a la personalidad, distingue entre individuos que toman las

posesiones como algo especialmente esencial para sus identidades y vidas, y aquéllos para quienes la posesión es secundaria. Los investigadores que están probando una nueva escala del materialismo, han encontrado algunos elementos que sustentan en general las siguientes observaciones, que son características de las personas materialistas: (1) valoran especialmente la adquisición y la presunción de las posesiones; (2) son en especial autocéntricos y egoístas; (3) buscan estilos de vida llenos de posesiones (por ejemplo, desean tener muchas “cosas” en lugar de un estilo de vida sencillo y ordenado); y (4) sus muchas posesiones no les brindan mayor satisfacción personal (por ejemplo, las posesiones no conducen a una mayor felicidad). La tabla 5-5 muestra algunas afirmaciones que se utilizan en una escala de materialismo.

Comportamiento fijo de consumo En alguna parte, entre el ser materialista y el ser compulsivo o adicto con respecto de la compra o posesión de objetos, se ubica la noción de ser fijo respecto del consumo o las posesiones. Como el materialismo, el comportamiento fijo de consumo se encuentra dentro de la región del comportamiento normal y social aceptable (por ejemplo, los consumidores fijos no mantienen sus objetos o intereses de compra como algo secreto; más bien, a menudo los muestran, y su involucramiento es compartido en forma abierta con otros que participan de un interés similar). Los consumidores fijos por lo general tienen las siguientes características: (1) un interés profundo (posiblemente “apasionado”) en un objeto o categoría de producto específico; (2) voluntad de llegar hasta considerables extremos para obtener ejemplos adicionales del objeto o categoría del producto que les interesa; y (3) la dedicación de una cantidad considerable de tiempo y dinero discrecionales para buscar el objeto o producto.` Este perfil del consumidor fijo describe a muchos coleccionistas o aficionados (por ejemplo, coleccionistas numismáticos, de estampillas o antigüedades, coleccionistas de relojes o plumas fuentes antiguas). La investigación que explora la dinámica del consumidor fijo (en este caso, coleccionistas de numismática) ha revelado que, para los consumidores fijos, no sólo hay un involucramiento perdurable en la categoría del objeto en sí, sino un considerable involucramiento en el proceso de adquirir el objeto (a la que se llama a menudo la “caza”). La figura 5-11 muestra la cubierta de una revista dirigida a coleccionistas de relojes antiguos y modernos (área de interés de uno de los autores de este libro, que es un “consumidor fijo”).

FIGURA 5-9 Anuncio de Jergéns enfocado a los visualizadores
Cortesía de The Andrew Jergens Company

FIGURA 5-10 Anuncio de la industria de la carne enfocado a los verbalizadores
Cortesía del Beef Industry Counci



Comportamiento compulsivo de consumo A diferencia del materialismo y el consumo fijo, el consumo compulsivo ya pertenece al reino del comportamiento anormal. Los consumidores compulsivos tienen una adicción; en algunos aspectos están fuera de control, y sus acciones pueden tener consecuencias perjudiciales para ellos y para los que los rodean. Ejemplos de problemas de consumo compulsivo son: el juego descontrolado, adicción a las drogas, el alcoholismo y diversos desórdenes de alimentación y comida." Para controlar o quizás eliminar estos problemas compulsivos, se requiere por lo general de algún tipo de terapia o tratamiento clínico.

Ha habido algunos esfuerzos de investigación para desarrollar un inventario que permita filtrar y precisar el consumo compulsivo.-" La investigación del consumidor en el comportamiento de consumo compulsivo no sólo beneficiaría a aquéllos que sufren personalmente este desorden de consumo, sino que, por comparación, también nos daría una mejor comprensión del llamado consumidor "normal".

*TABLA 5-5 Muestra de partidas de una escala de materialismo**

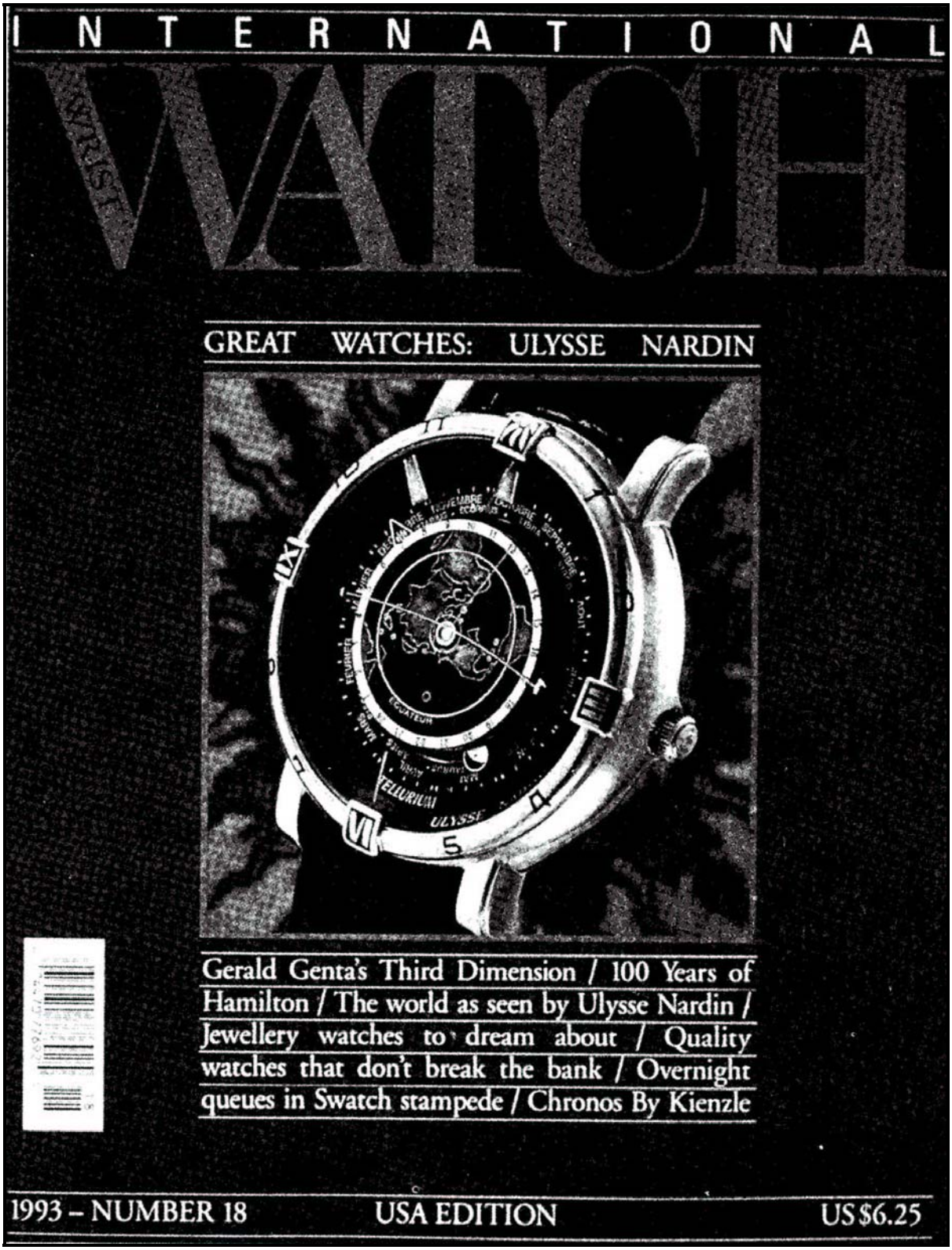
Exito
Las cosas que poseo dicen mucho acerca de lo bien que me va en la vida.
*No doy mucho énfasis a la cantidad de objetos materiales que la gente posee como señal de éxito.** Me gusta poseer cosas que impresionan a la gente.*
Centralismo
Me gusta gastar dinero en cosas que no son prácticas.
*Trato de mantener mi vida sencilla, en lo que respecta a las posesiones.** Comprar cosas me da mucho placer.*
Felicidad
Sería más feliz si pudiera comprar más cosas.
*Tengo todas las cosas que en realidad necesito para disfrutar de la vida.**
En ocasiones me molesta bastante que no pueda comprar todas las cosas que me gustaría adquirir.

* Medido en una escala de "acuerdo" de 5 puntos.
** las partidas con (**) están expresadas en forma negativa y se, califican a la inversa.

Fuente: Marsha L. Richins y Scott Dawson, "A Consumer Values Orientations for Materialism and lis Measurement: Scale Development and Validation", Journal of Consummer Research 19 (diciembre de 1992), 310, Reimpreso con permiso.

FIGURA 5-11 Portada de una revista especializada que los "consumidores fijados" leen con frecuencia

Cortesía de International Wristwatch Magazine, Darien, CT.



Etnocentrismo del consumidor: respuestas a productos extranjeros

En un esfuerzo por diferenciar entre los segmentos de consumidores que posiblemente sean receptivos a productos extranjeros, y otros segmentos que no lo son, los investigadores han desarrollado y probado la escala de etnocentrismo del consumidor, llamada CETSCALE (véase tabla 5-6).28 Los resultados de la CETSCALE han sido alentadores en términos de la identificación de consumidores que tienen una predisposición para aceptar (o rechazar) productos extranjeros. Los consumidores que son muy etnocéntricos posiblemente sientan que es inapropiado o incorrecto comprar productos extranjeros, por el impacto que dichas compras tienen sobre la economía doméstica; mientras que los consumidores no etnocéntricos tienden a evaluar los productos elaborados en el extranjero con mayor objetividad, por sus características extrínsecas.

En esta forma, los mercadólogos de productos nacionales pueden atraer a los consumidores etnocéntricos al enfatizar un tema nacionalista en sus llamadas promocionales (por ejemplo, “hecho en Estados Unidos” o “hecho en Francia”), puesto que este segmento está predispuesto a comprar productos fabricados en su tierra natal. El calzado Sebago utiliza un llamado etnocéntrico en su lema “calzado de Estados Unidos de Clase Mundial” (véase figura 5-12).

TABLA 5-6 Escala de etnocentrismo del consumidor /CETSCALE

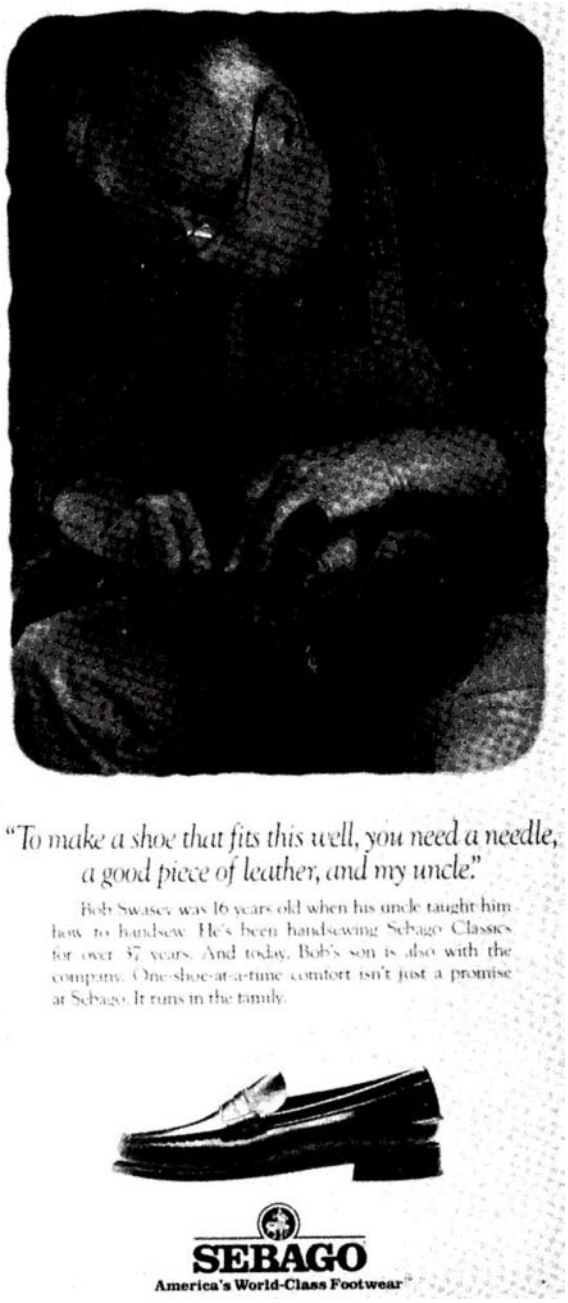
1. Los estadounidenses deben comprar siempre productos fabricados en Estados Unidos, en lugar de los importados.
2. Sólo deben importarse aquellos productos que no se encuentran en Estados Unidos.
3. Compre productos fabricados en Estados Unidos. Mantenga trabajando a los Estados Unidos.
4. Los productos norteamericanos primero, al fin, y ante todo.
5. La compra de productos extranjeros es antiestadounidense.
6. No es correcto comprar productos extranjeros, porque les quita trabajo a los estadounidenses.
7. Un verdadero estadounidense siempre debe comprar productos fabricados en Estados Unidos.
8. Siempre debemos comprar productos fabricados en Estados Unidos, en lugar de permitir que otros países se enriquezcan a costa nuestra.
9. Siempre es mejor comprar productos estadounidenses.
10. Debería haber poco intercambio o compra de bienes de otros países, a menos que sea necesario.
11. Los estadounidenses no deben comprar productos extranjeros, porque esto daña a los negocios estadounidenses y ocasiona desempleo.
12. Se deben imponer restricciones a todas las importaciones.
13. Puede costarme a la larga, pero prefiero apoyar a los productos estadounidenses.
14. No se debería permitir a los extranjeros que colocaran sus productos en nuestros mercados.
15. Se deben gravar fuertemente los productos extranjeros para reducir su ingreso a los Estados Unidos.
16. Debemos comprar de los países extranjeros sólo aquellos productos que no podemos obtener dentro de nuestro propio país.

17. Los consumidores estadounidenses que compran productos fabricados en otros países, son responsables del desempleo de sus compatriotas estadounidenses.

El formato de la respuesta es una escala tipo Likert de 7 puntos (estoy muy de acuerdo = 7, estoy muy en desacuerdo = 1). Los limites de las calificaciones van del 17 a 119.
Se calculó de un análisis de factor confirmatorio de datos de un estudio de cuatro áreas.

Fuente: Terence A. Shimp y Subhash Sharma, "Consummer Ethnocentrisrt: Construction and Validation of the CETSCALE", Journal of Marketing Research 24 (agosto, 1987), 282. Reimpreso con permiso.

FIGURA 5-12 Anuncio que emplea un llamado etnocéntrico
Cortesía de Sebago, Inc.



EL SER Y LA AUTOIMAGEN

Los consumidores tienen cierto número de imágenes perdurables de ellos mismos. Estas autoimágenes, o "percepciones del ser" están asociadas muy de cerca con la personalidad, en tanto que los individuos tienden a comprar productos y servicios, y a patrocinar detallistas, que tienen imágenes o "personalidades" que corresponden muy de cerca con sus propias autoimágenes. En esta última sección, examinaremos el tema de uno o múltiples seres, exploraremos la composición de la autoimagen, la noción del ser extendido, y las posibilidades de alterar la autoimagen.

Uno o múltiples seres

Históricamente, se ha pensado que los consumidores individuales tienen "un solo ser" -y que están interesados en los productos y servicios que satisfacen ese solo ser. Sin embargo, la investigación indica que es más preciso pensar en el consumidor en términos de ***un ser múltiple*** o ***múltiples seres***. Este cambio en el pensamiento refleja la comprensión de que un solo consumidor en realidad puede actuar en forma muy distinta con diferentes personas y en diferentes situaciones. Por ejemplo, es posible que una persona se comporte en forma diferente en la apertura de un museo, en la escuela, en el trabajo, con sus padres, y con amigos en un club nocturno. Es factible que la persona saludable o normal sea una persona algo diferente en cada una de estas situaciones o roles sociales distintos. De hecho, es posible que una actuación exactamente igual en todas las situaciones o papeles sea señal de que una persona sea anormal o enferma.

En términos del comportamiento del consumidor, la idea de que un individuo incorpora un número de "seres" diferentes (por ejemplo, tiene múltiples autoimágenes), sugiere que los mercadólogos deben enfocar sus productos y servicios a consumidores dentro del contexto de un "ser" específico. (La noción de que un consumidor tenga seres o roles múltiples es consistente con la idea de la segmentación de situación de uso que se presentó en el capítulo 3.)

La composición de la autoimagen

Consistente con la idea de múltiples autoimágenes, cada individuo tiene una imagen de sí mismo como cierta clase de persona, con determinados rasgos, hábitos, posesiones, relaciones, y formas de comportamiento. Como sucede con otros tipos de imágenes y personalidades, la autoimagen de individuo es única, y es resultado de los antecedentes y experiencias de esa persona. Los individuos desarrollan sus autoimágenes a través de interacciones con otras personas: al inicio sus padres, luego otros individuos o grupos con los que se relaciona en el curso de los años.

Los productos y marcas tienen un valor simbólico para los individuos, que los valoran basados en su consistencia (esto es, congruencia) respecto de los cuadros o imágenes personales que tienen de sí mismos. Algunos productos parecen vincular una o más de las autoimágenes de un individuo; otras parecen por completo ajenas. Se piensa por lo general que los consumidores intentan preservar o enaltecer su autoimagen, al seleccionar productos con "imágenes" o "personalidades" que ellos creen son congruentes con sus propias autoimágenes, y evitan productos que no lo son.

Se ha identificado una variedad de diferentes construcciones de autoimagen en la literatura del comportamiento del consumidor. Un modelo popular muestra cuatro clases específicas de autoimagen: (1) ***autoimagen real*** (por ejemplo, cómo los consumidores de hecho se ven a sí mismos); (2) ***autoimagen ideal*** (por ejemplo, cómo les gustaría a los consumidores verse a sí mismos); (3) ***autoimagen social*** (por ejemplo, cómo los consumidores creen que los ven otras personas); y (4) ***autoimagen social ideal*** (por ejemplo, cómo los consumidores les gustaría que los vieran otras personas.) Otras investigaciones han identificado un quinto tipo de autoimagen, autoimagen esperada (por ejemplo, cómo los consumidores esperan verse a sí mismos en algún tiempo futuro específico). La autoimagen esperada se encuentra en algún punto entre las autoimágenes real e ideal. Es algo como una combinación orientada al futuro de "lo que es" (autoimagen real) y lo que a los consumidores les "gustaría ser" (autoimagen ideal). Más aún, puesto que la ***autoimagen esperada*** proporciona a los consumidores con una "oportunidad" realista de cambiar el ser, es posible que sea más valiosa para los mercadólogos que la autoimagen real o ideal, como guía para diseñar y promover productos.

En diferentes contextos (esto es, en diferentes situaciones y/o respecto de distintos productos), los consumidores podrían seleccionar una autoimagen diferente para orientar sus actitudes o comportamientos. Por ejemplo, con algunos productos de uso cotidiano en el hogar, los consumidores podrían guiarse por sus autoimágenes reales; mientras que, para algunos productos socialmente enaltecedores o conspicuos, podrían ser guiados por su autoimagen social. Cuando se trata de un llamado producto de fantasía, podrían guiarse o por su autoimagen ideal o su autoimagen social ideal.

El concepto de autoimagen tiene implicaciones estratégicas para los mercadólogos. Por ejemplo, se pueden fragmentar los mercados con base en las autoimágenes relevantes del consumidor, y luego colocar los productos o tiendas como símbolos de tales autoimágenes. Una estrategia es plenamente consistente con el concepto de mercadotecnia, según la cual el mercadólogo primero valora las necesidades de un segmento de consumidores (respecto tanto de la categoría del producto como para un símbolo apropiado de autoimagen), y luego procede a desarrollar y vender un producto o servicio que satisface ambos criterios.

El ser extendido

La interrelación entre las autoimágenes y posesiones de los consumidores (esto es, objetos a los que llaman "suyos"), es un tópico emocionante para la investigación del consumidor. En especial, se puede observar que las posesiones de los consumidores "confirman" o "extienden" sus autoimágenes. Por ejemplo, la adquisición de una "verdadera" bicicleta de carreras deseada o buscada, puede servir para ensanchar o enriquecer la imagen que María tiene de su "ser". María ahora quizás pueda verse como "más competitiva, en buen estado físico y con mayor éxito", porque ha añadido la bicicleta al "inventario' de posesiones que la enaltecen. En forma similar, si le roban a Esteban el reloj de bolsillo que recibió como regalo de su abuelo, es probable que Esteban se sienta disminuido en alguna forma. En verdad, la pérdida de una posesión apreciada puede llevar a Esteban a "afligirse" y experimentar una variedad de emociones como la frustración, pérdida de control, la sensación de haber sido, violado, hasta el sentimiento de pérdida de una protección mágica.

Los ejemplos anteriores sugieren que muchas emociones humanas pueden estar relacionadas con las posesiones apreciadas. En tales casos, se pueden considerar a las posesiones como extensiones del ser. Se ha propuesto que las posesiones pueden extender el ser en cierto número de formas: (1) en realidad, al permitir a la persona hacer cosas que de otra manera serían muy difíciles o imposibles de lograr (por ejemplo, solución de problemas utilizando una computadora); (2) simbólicamente, al hacer que la persona se sienta mejor o "más grande" (por ejemplo, recibir un premio de excelencia como empleado); (3) al conferirle status o rango (por ejemplo, el status entre coleccionistas de obras raras de arte, gracias a la propiedad de una obra maestra específica); (4) al conferirle sentimientos de inmortalidad, al dejar posesiones valiosas a jóvenes miembros de la familia (esto también tiene el potencial (te extender los "seres" de los receptores); y (5) al conferir poderes mágicos (por ejemplo, un anillo heredado de nuestra abuela podría percibirse como un amuleto mágico que proporciona buena suerte cuando se le usa)." El anuncio en la figura 5-13 para el exclusivo reloj de pulso Patek Philippe, llama al ser extendido con un texto que dice "hasta el simple gusto de ser propietario de uno puede agregarle algo a su día" y `'le dice algo a usted acerca de sí mismo'.

La alteración del ser

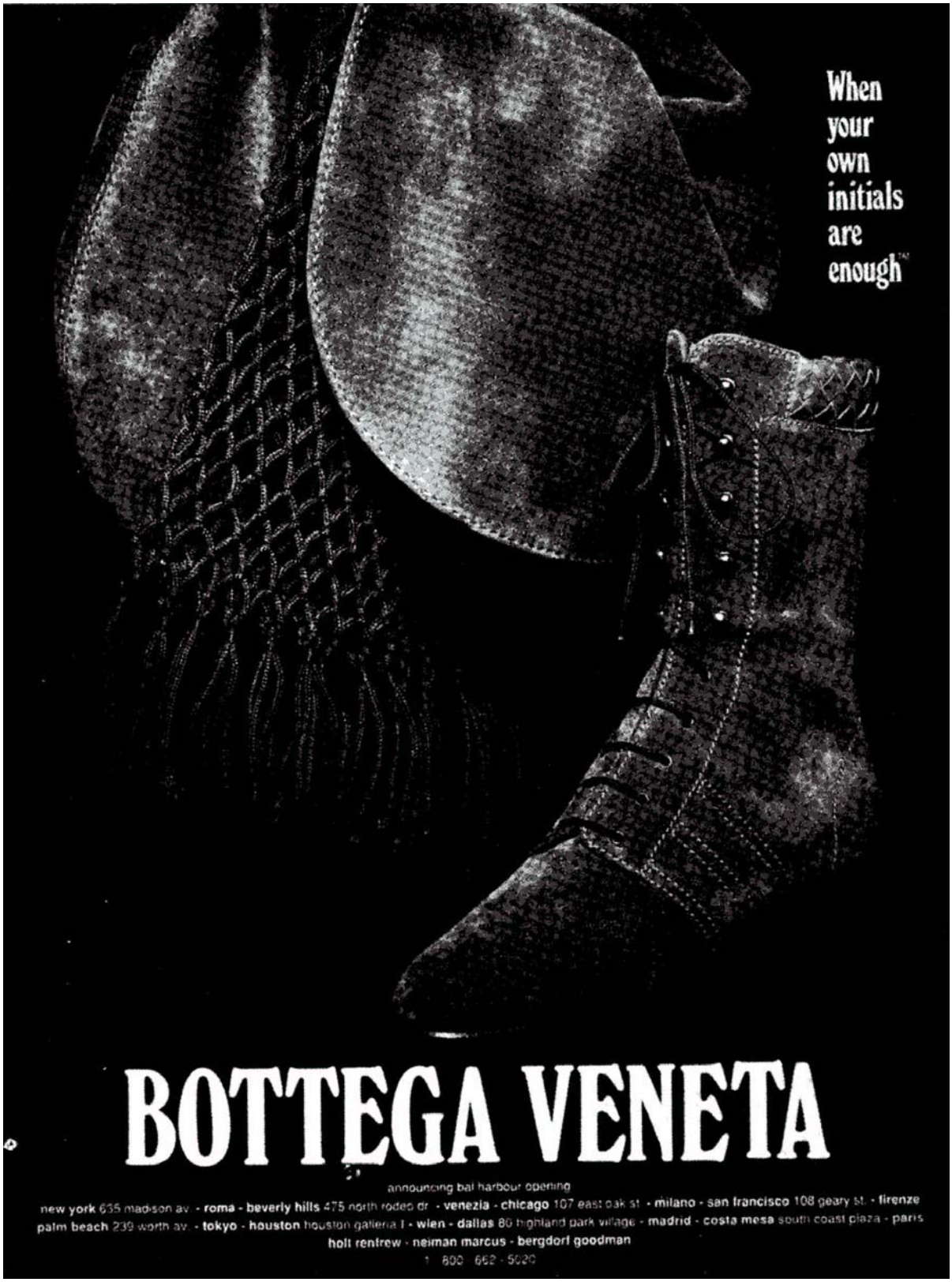
En ocasiones los consumidores desean cambiarse a sí mismos -convertirse en un ser diferente o "mejorado". la ropa, las ayudas para el arreglo personal, y toda clase de accesorios (por ejemplo, cosméticos, joyería), ofrecen a los consumidores la oportunidad de modificar su apariencia y con ello alterar sus "seres". Al utilizar "productos que alteran el ser", a menudo los consumidores están intentando expresar su individualismo o unicidad creando un nuevo ser, manteniendo el ser existente (o evitando la pérdida del ser) y extendiendo el ser (modificando o cambiando el ser). La campaña de anuncios de Bottega Veneta que actualmente se desarrolla en revistas de alta moda y periódicos de alto nivel, de forma continua utiliza el mismo encabezado que impulsa a la acción -"cuando sus iniciales son suficientes"- para atraer a los consumidores que desean expresar la individualidad de su ser (véase la figura 5-14). En ocasiones, los consumidores utilizan productos o servicios que alteran el ser para parecer o tomar la apariencia de un tipo específico de persona (por ejemplo, un motociclista, médico, abogado, profesor universitario).

FIGURA 5-13 Patek Philippe llama al ser extendido
Cortesía de Patek Philippe.

A watch by Patek Philippe goes beyond measuring hours.
The sheer quality you sense when you first place it on your wrist will be a memorable experience.
The elegance and beauty of its design are sure to enhance any occasion. Even the simple joy of owning one can add something to your day. That's because a Patek Philippe doesn't just tell you the time.
It tells you something about yourself.

PATEK PHILIPPE
GENEVE

FIGURA 5-14 Un anuncio que hace un llamado al autoindividualismo
Cortesía de Bottega Veneta



La alteración del ser personal, en especial la apariencia personal o parte del cuerpo, puede llevarse a cabo con el auxilio de cosméticos, un nuevo estilo de peinado o color, cambio de anteojos a lentes de contacto (o a la inversa), o sujetarse a cirugía cosmética." Al utilizar estas opciones, es posible crear una persona "nueva" o "mejorada". Algunas personas también recurren a consultores de imagen para lograr una autoimagen apropiada en la que ambos están de acuerdo." Los consultores de imagen proporcionan a los clientes consejos sobre atributos personales como la ropa, color, presentación, apariencia, postura, manera de expresarse y habilidades en los medios de comunicación.

RESUMEN

Se puede describir a la personalidad como las características psicológicas que tanto determinan como reflejan la forma en que una persona responde a su ambiente. Aunque la personalidad tiende a ser consistente y perdurable, puede cambiar de forma abrupta como respuesta a los eventos principales de la vida, así como gradualmente con el tiempo.

Existen cuatro destacadas teorías de la personalidad en el estudio del comportamiento del consumidor: la teoría psicoanalítica, teoría junguiana, teoría neofreudiana, y teoría de rasgos. La teoría psicoanalítica de Freud proporciona la base para el estudio de la investigación motivacional, que opera bajo la premisa de que los impulsos humanos son en gran parte de naturaleza inconsciente, y sirven para motivar muchas acciones del consumidor. La teoría junguiana se enfoca en los tipos de personalidad. Los investigadores del consumir or están interesados en cuatro pares de tipos de personalidad: sensaciones-intuitivo, pensante-sentimientos, extrovertidos-introvertidos, y juzgador-percepciones. Cada uno de estos cuatro pares de dimensiones reflejan dos características de personalidad por completo diferentes, que influyen en las respuestas del consumidor al mundo que lo rodea.

La teoría neofreudiana tiende a enfatizar el papel fundamental de las relaciones sociales en la formación y desarrollo de la personalidad. Alfred Adler veía a los seres humanos como procurando vencer los sentimientos de inferioridad. Harry Stack Sullivan creía que la gente intenta establecer relaciones significativas y provechosas con otras personas. Karen Horney concebía a los individuos como tratando de vencer sentimientos de ansiedad, y los categorizaba como condescendientes, agresivos, o apartados.

La teoría de rasgos es un importante desarrollo separado del enfoque cualitativo o subjetivo de la medición de la personalidad. Postula que los individuos poseen rasgos psicológicos innatos (por ejemplo, innovatividad, búsqueda de novedades, necesidad cognoscitiva, materialismo) en un grado mayor o menor, y que se pueden medir estos rasgos por medio de escalas o inventarios diseñados especialmente. Puesto que son sencillos de usarse y calificar, y corno pueden ser autoadministrados, los inventarios de personalidad son el método preferido de muchos investigadores en la evaluación de la personalidad del consumidor.

Cada individuo tiene una autoimagen percibida (o múltiples autoimágenes) como cierta clase de persona con determinados rasgos, hábitos, posesiones, relaciones, y maneras de comportarse. Con frecuencia, los consumidores intentan conservar,

enaltecer, alterar, o extender sus autoimágenes, al comprar productos o servicios y efectuar compras en tiendas que creen que son consistentes con la autoimagen relevante, y evitar productos y tiendas que no lo son.

CUESTIONARIO

1. ¿Cómo explicaría el hecho de que aunque no existen dos individuos que tengan personalidades idénticas, con frecuencia se utiliza la personalidad en la investigación del consumidor para identificar segmentos distintos y considerables del mercado?
2. Contraste las características principales de las siguientes teorías de la personalidad: (a) teoría freudiana; (b) teoría junguiana; (c) teoría neofreudiana; y (d) teoría de rasgos. En su respuesta, ilustre como se aplica cada teoría a la comprensión del comportamiento del consumidor.
3. Describa la teoría de rasgos de la personalidad. Dé cinco ejemplos de la forma en que se pueden utilizar los rasgos de la personalidad en la investigación del consumidor.
4. ¿Cómo puede un mercadólogo de cámaras utilizar las conclusiones de la investigación, de que su mercado objetivo consiste primordialmente de consumidores dirigidos al interior o dirigidos a otras personas? ¿De consumidores que tienen una alta (o baja) calificación en la innovatividad?
5. Describa el tipo de mensaje promocional que sería más adecuado para cada uno de los siguientes segmentos de personalidad en el mercado y dé un ejemplo de cada uno: (a) consumidores muy dogmáticos; (b) consumidores dirigidos hacia adentro; (c) consumidores con altos niveles de estimulación óptima; (d) consumidores con gran necesidad de reconocimiento; y (e) consumidores que son visualizadores en contraste con consumidores que son verbalizadores.
6. ¿Es factible qué exista una diferencia entre los rasgos de personalidad entre los individuos que fácilmente compran productos hechos en el extranjero, y aquéllos que prefieren productos estadounidenses? ¿Cómo pueden los mercadólogos utilizar la escala de etnocentrismo del consumidor para segmentar a los consumidores?
7. Un mercadólogo de alimentos saludables está tratando de segmentar su mercado con base en la autoimagen del consumidor. Describa los cuatro tipos de autoimagen del consumidor y analice cuál(es) sería(n) más efectivo(s) para el propósito citado.

EJERCICIOS

1. ¿Cómo difieren sus preferencias en ropa de las preferencias de sus amigos? ¿Qué diferencias en la personalidad podrían explicar por qué sus preferencias son diferentes a las de otras personas?
2. Encuentre tres anuncios impresos basados en la teoría freudiana de la personalidad. Analice cómo los conceptos freudianos se utilizan en estos

anuncios. ¿"Personifica" alguno de estos anuncios una marca? De ser así, ¿cómo?

3. Encuentre anuncios impresos para (a) una línea aérea nacional, y (b) una línea aérea extranjera. Compare el contenido de los anuncios con los tipos de personalidad jungiana enlistados en la tabla 5-3. Identifique el tipo de personalidad que enfoca cada anuncio. Explique sus selecciones.
4. Administre las nueve partidas de la escala del materialismo (enlistadas en la tabla 5-5) a dos de sus amigos. De acuerdo con su punto de vista, ¿son sus comportamientos de consumo consistentes con sus calificaciones en la escala? ¿Por qué sí o por qué no?

TÉRMINOS CLAVE

- Autoimagen esperada
- Autoimagen ideal
- Autoimagen real
- Autoimagen social
- Autoimagen social ideal
- Búsqueda de variedad-novedad
- Consumidores dirigidos a otras personas
- Consumidores dirigidos hacia su interior
- Consumo compulsivo
- Dogmatismo
- Etapas freudinas del desarrollo de la personalidad
- Etnocentrismo del consumidor
- Id, Superego y Ego
- Innovación del consumidor
- Materialismo del consumidor
- Necesidad cognoscitiva
- Necesidades inconscientes
- Nivel óptimo de estímulo
- Personalidad
- Personalidad de rasgo único
- Personificación de marca
- Ser extendido
- Susceptibilidad a la influencia interpersonal
- Teoría de rasgos
- Teoría neo-freudiana de la personalidad
- Tipos jungianos de personalidad
- Visualizadores en comparación con los verbalizadores