

Inmediatez contra madurez

Por Nuria Chinchilla

Profesora de Dirección de Personas en las Organizaciones de IESE Business School, España



Muy cerca del bombardeo a que nos somete el marketing del **Black Friday** y el **Cyber Monday**, en internet y en los comercios físicos, me gustaría reflexionar con vosotros sobre algunas consecuencias del **consumismo** de nuestra época.

El *Black Friday* tiene su **origen en EEUU**, parece ser que concretamente en Filadelfia, donde los agentes de policía en los años 50 no daban abasto con el caos circulatorio creado en la ciudad el día después de Acción de Gracias, debido a un partido que tenía lugar tradicionalmente esos días. Otras teorías hacen referencia al paso de números rojos a números negros

en los beneficios del comercio (la que lo relaciona con la venta de esclavos negros es *fake news*). El *Cyber Monday* también se originó en EEUU, como **equivalente online** del *Black Friday*, en fecha mucho más reciente (2005).

Los que tenemos cierta edad nos hemos dado cuenta de que **el tiempo de espera para obtener lo que soñamos, queremos, esperamos... ha disminuido notablemente**. Antes, comprabas algo por encargo y esperabas unos días o semanas; solicitabas un servicio y pasaba un tiempo antes de verlo realizado; querías hablar con alguien y le dejabas un recado para

que te llamara cuando pudiera (mejor dicho, cuando tuviera un teléfono a mano).

Ahora, te das de alta en un servicio *premium* y **todo te llega casi en el acto** (en las siguientes dos horas, o en 24 horas y desde cualquier parte del mundo); ya podemos hasta visualizar el resultado de un servicio utilizando sofisticados simuladores que nos animan a contratarlo inmediatamente y, si es digital, se recibe por descarga; hablar en tiempo real con alguien ya no necesita de un teléfono a mano: todos llevamos uno, y si el uso de la voz no es posible, siempre están los servicios de mensajería instantánea.

Inmediatez contra madurez

Si preguntamos a nuestros hijos, ellos no pueden concebir que algo que quieres/deseas/sueñas/buscas tarde en llegar: son **nativos de la obtención instantánea**, han crecido acostumbrados a la inmediatez de lo que antes llevaba un tiempo de espera paciente. Nosotros desarrollábamos, aunque a la fuerza, una **capacidad de sacrificio** muy útil, que luego podíamos aplicar a todo: las relaciones personales, el trabajo, incluso con nosotros mismos. Es, en definitiva, la madurez, definida como **el sumatorio de tiempos transcurridos desde que quieres algo hasta que te lo permiten o te lo dan**. ¿Carecen las nuevas generaciones de esta competencia?

Del artículo “Remedios maltratadores” de Juan Manuel de Prada, publicado en ABC Opinión, me quedo con esta frase: *“Toda relación humana digna del tal nombre se funda sobre la noción de sacrificio. No hay vida feliz sin sacrificio mutuo, sin renuncia a uno mismo, sin paciencia abnegada y constante. Los seres viles se afanan por imponer su voluntad y su deseo; los seres nobles se esfuerzan por cumplir con su deber, por aprender a donarse, por dejar de pertenecerse.”*

A mí también me parece necesaria “una antropología fundada en la entrega y en el sacrificio”. Saber esperar, saber ponerse en el lugar del otro, saber ver las cosas desde la perspectiva de los otros...todo ello lleva consigo **la necesidad de ser paciente y la paciencia requiere renuncia** de lo propio: de mi tiempo, de mi posición preponderante, de mi gusto. Es la madurez entendida como la capacidad de posponer satisfacciones. Esta madurez es el resultado de frenar la **motivación espontánea** que aparece con el atractivo

que ejerce sobre nosotros el producto, servicio o actividad que nos proponen. Y se frena con la **motivación racional**, analizando lo que conviene y lo que no conviene, y por los motivos adecuados, como explicamos en IESE.

¿Es **conveniente** que nos **faciliten el consumo**? ¿A quién beneficia al final? Os animo a **recuperar la capacidad de esperar**, de considerar la vida desde la posición del otro, a salir del natural egoísmo humano como medida necesaria para la convivencia de todos en sociedad.



LA AUTORA



Nuria Chinchilla Albiol es PhD en Dirección de Empresas y MBA por IESE, Universidad de Navarra, y Licenciada en Derecho por la Universitat de Barcelona. Autora de libros sobre cambio organizacional, organizaciones familiarmente responsables y conciliación entre vida laboral y familiar. Es Directora del ICWF – Centro Internacional Trabajo y Familia del IESE Business School.