



Gestión & Talento

Hugo Urdaneta Fonseca

hugo.urdaneta@hotmail.com / @huconsulting



LA COMPLEJIDAD DE LAS MASAS

LA COMPLEJIDAD DE LAS MASAS

Hace un par de años conversaba con un consultor sobre lo complejo que se estaba haciendo en ese momento poder “lidiar” con los trabajadores. Concluimos que era necesario partir de entender cuáles son las creencias, programas mentales, y paradigmas y necesidades de nuestros trabajadores.

Algunos autores han presentado una panorámica de algunos valores y creencias del venezolano que sin duda son extrapolables a los trabajadores. En libros como, “Los Viajeros de Indias de Herrera Luque”, “Del Buen Salvaje al Buen Revolucionario de Carlos Rangel”, “La Autoestima del Venezolano de Manuel Barroso” y más recientes, “Por Qué Somos Así, de Ernesto García Mac-Gregor”, “El Libro Rojo del Resentimiento de Ruth Capriles” y “La Psicardía del Venezolano de Axel Capriles”.

Estos textos presentan una visión de nuestra forma de ser y pensar que en muchos casos producto de nuestro proceso de conquista, y luego de populismo y rentismo petrolero. Anti-valores, frustraciones y resentimientos que se presentan como oportunidades para los gobernantes, educadores y empresarios de reeducar al logro de una mayor autoestima, y a asumir responsablemente sus éxitos y fracasos, sin esa carga cultural que es echarle la culpa de todos nuestros males a factores externos y a esa nefasta dicotomía que nos dice que somos pobres porque otro es rico y viceversa. Esta reeducación tiene que partir por la autoconciencia y modelaje de los líderes.

EL EFECTO DE LAS CIRCUNSTANCIAS

Sin embargo, a pesar de las creencias y valores existentes, no hay duda que las circunstancias

económicas, sociales y políticas del momento explican conductas que en otras circunstancias no se entenderían.

Para ilustrar todo lo anterior haré el análisis de un libro que debería ser fundamental para entender los regímenes políticos populistas y autoritarios y su influencia en las masas.

Publicado el año 2006, con el título “La utopía nazi. Cómo Hitler compró a los alemanes” su autor Ali Gorg, plantea que Hitler y los dirigentes del Tercer Reich compraron el silencio y la complicidad de la mayoría de los alemanes a cambio de seguridad y bienestar material. Esta posición viene a dar respuesta a una pregunta que mucha gente se ha hecho a los largo de los años.

¿Cómo un pueblo culto como el alemán se dejó arrastrar tras un líder y régimen demente?.

La respuesta que da Ali Gorg deja a un lado el de

una sociedad alemana enferma o mentalmente enajenada que fue presa fácil del nazismo. Así mismo, la visión de un Hitler encantador de serpientes que a través de la propaganda, manipulación, y adoctrinamiento entre otras técnicas logró lavarle el cerebro a los alemanes para que apoyaran su proyecto del Tercer Reich. El planteamiento de Ali Gorg es que demuestra que el régimen nazi tenía un conocimiento profundo de las necesidades del pueblo alemán. Primero el nacionalismo nazi elevó el orgullo alemán, pisoteado después de finalizada la Primera Guerra Mundial. Otro factor clave fue enfocarse en las clases más desposeídas, la estrategia nazi elevó la calidad de vida de los más pobres a través de reducción de impuestos, servicios médicos gratuitos y planes de seguridad social. El régimen nazi se preocupó a diario por los efectos que sus políticas en estos es-

tratos.

Se generó entonces un modelo de gobierno denominado “Dictadura Consensuada”, en el cual el pueblo aceptó perder sus derechos políticos a cambio de bienestar social y económico.

Otro elemento no menos importante fue que tanto Hitler como sus allegados eran personas de origen popular, con lo cual el pueblo se identificó con ellos y con su mensaje que llegaba de forma eficiente a los estratos bajos.

Para poder mantener y mejora la calidad de vida de los más desposeídos a pesar de los recursos que demandaba la guerra, los nazis obtenían recursos del saqueo de los países invadidos y de la confiscación de los bienes y recursos de los judíos.

A MANERA DE CONCLUSIÓN

Hay que dejar a un lado algunos paradigmas y modelos que nos crean prejuicios sobre los tra-

bajadores, prejuicios que van desde una posición negativa o por lo contrario una posición ingenua positiva, lo que recomiendo es acercarse más a la gente, conocer cuáles son sus necesidades, dejar a un lado las posiciones de autoridad y prepotencia, generar una relación de CONFIANZA con los trabajadores.

Así mismo hay que diseñar procesos, sistemas y programas que contribuyan a crear nuevos programas mentales en donde predominen los valores de responsabilidad, ética, excelencia, el apego al trabajo, la autoestima, el autoconocimiento, el crecimiento personal y profesional, la valoración del trabajo y la meritocracia.

Hugo Urdaneta Fonseca.
Consultor Organizacional,
Coach, Especialista en
Recursos Humanos y
Relaciones Laborales.