

Nuevo Management

Reconceptualización empresarial, innovación y cambio personal

Los anuncios televisivos promueven la productividad

Está de moda que las empresas promuevan actitudes que aumentan la productividad y el cambio cultural, impidiendo la deshumanización.

El conocimiento científico sobre el ser humano y su comportamiento social (ciencias humanas y ciencias sociales), están más presentes en el mundo empresarial que en cualquier otro ámbito de la sociedad, incluyendo la educación escolar. Por ello, hace años ya escribí sobre la función educativa de las empresas en la sociedad, tanto en sus trabajadores como en toda la sociedad a través de sus actividades de marketing.

A pesar de ello, a veces algunos anuncios siguen impulsando la visión mágica (filosófico-religiosa). Recientemente he visto en televisión uno de estos anuncios y por eso he escrito este artículo. En dicho anuncio televisivo se decía que no todo es racionalidad, afirmando que la creatividad no lo es. La realidad es la contraria porque no hay nada más racional que la creatividad que genera la innovación y no hay nada de magia en la creatividad, sino librepensamiento, es decir, pensamiento no condicionado a lo que ya sabemos, sino nuevas combinaciones de nuestro pensamiento y búsqueda de respuestas a preguntas que anteriormente no nos habíamos hecho.

Desde hace pocos años, como reacción a la Gran Crisis internacional de 2008, se han puesto de moda conceptos como el cambio, la innovación y la emprendeduría. Estos conceptos enlazan con nuestra auténtica naturaleza humana, concretamente con la curiosidad que suele atribuirse a los niños y con nuestra motivación innata de superar retos.

No sólo debemos al mundo empresarial los bienes y servicios que consumimos, así como los impuestos que generan y los salarios que pagan, sino también nuestra educación y nuestro cambio cultural que nos hacen más humanos, a diferencia del sector público que deshumaniza según el Foro Social Mundial.

En cierto modo, puede decirse que esta revolución cultural, promovida por las empresas, está acercando a los españoles a la mentalidad de los países que tuvieron la Reforma protestante y el conjunto de revoluciones que crearon la Revolución Industrial. En otras palabras, está eliminando el retraso cultural español característico, así como la idiotización y el inductrinamiento al que nos

somete la educación escolar, reforzada por los medios de comunicación y por los políticos

La productividad, la creatividad, el cambio, la innovación y la humanización, son principios de la Nueva Conciencia, del Nuevo Orden Mundial (no conspirativo) y del **Nuevo Management**; es decir, de los modelos de la actual Era de la información.

