

EMMANUEL GODÍNEZ BURGOS

Sea usted exitoso

Dinámicas del éxito y el fracaso
en la sociedad contemporánea



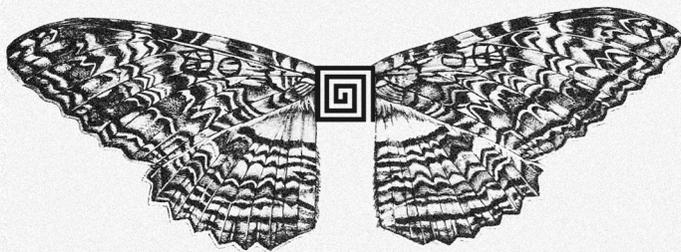
EDITORIAL



DELIRIO

SEA USTED EXITOSO

DINÁMICAS DEL ÉXITO Y EL FRACASO EN
LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA



ADAMA

C O L E C C I Ó N

dirigida por

Fernando Broncano y Daniel Escandell

SEA USTED EXITOSO

DINÁMICAS DEL ÉXITO Y EL FRACASO EN
LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

EMMANUEL GODÍNEZ BURGOS

EDITORIAL



DELIRIO

Primera edición: mayo de 2016, Salamanca

SEA USTED EXITOSO.

Dinámicas del éxito y el fracaso en la sociedad contemporánea.

Colección ADAMA

Directores: Fernando Broncano y Daniel Escandell

© 2016, Emmanuel Godínez Burgos

© 2016, EDITORIAL DELIRIO S.L.

www.delirio.es / info@delirio.es

Ilustración de cubierta: Paloma Pájaro. Proyecto *Quédate día feliz*. Pintura sobre tabla.

Impreso en España.

Printed in Spain.

ISBN: 978-84-15739-17-3

Depósito Legal: DL S 160-2016

Prohibida su reproducción total o parcial por cualquier medio de impresión o digital, en forma idéntica, extractada o modificada, en castellano o en cualquier otro idioma, sin la autorización expresa de la editorial.

ÍNDICE

13 *EL ÉXITO COMO PROBLEMA*

UN CAMINO AL ÉXITO

- 31 *La grandeza del pasado*
41 *El trabajo dignifica: los tiempos del self-made man*

LA IDEOLOGÍA DEL ÉXITO CONTEMPORÁNEO

- 49 *Nuevos tiempos, nuevos héroes*
53 *Capitalismo cultural: muchas voces, un mensaje*
56 *Aumento de la visibilidad*
58 *Fragmentación de la autoridad*
63 *Énfasis en el bienestar*
66 *Difusión del discurso del management*
71 *El escaparate del éxito: una cuestión de mirada*

EL ÉXITO COMO FARSA

- 79 *Una carrera desigual*
93 *Ante el círculo de los fracasados*

107 *REFERENCIAS*

*I met a traveller from an antique land
Who said: Two vast and trunkless legs of stone
Stand in the desert. Near them, on the sand,
Half sunk, a shattered visage lies, whose frown,
And wrinkled lip, and sneer of cold command,
Tell that its sculptor well those passions read
Which yet survive, stamped on these lifeless things,
The hand that mocked them and the heart that fed.
And on the pedestal these words appear:
«My name is Ozymandias, king of kings:
Look on my works, ye Mighty, and despair!»
Nothing beside remains. Round the decay
Of that colossal wreck, boundless and bare
The lone and level sands stretch far away.*

Percy Bysshe Shelley

Ozymandias

Qué va a pasar, Güilen, que no puede haber posteridad para todos, no alcanzaría la memoria del mundo para recordarnos a todos, no habría calles suficientes para homenajearnos, ni parques para nuestras estatuas, ni cineastas para filmar documentales, ni espacio para tumbas en la Rotonda de las Personas Ilustres. La vida tiene que hacer una selección. Y la hace de manera implacable.

Juan Pablo Villalobos

Te vendo un perro

EL ÉXITO COMO PROBLEMA

The only thing standing between you and your goal is the bullshit story you keep telling yourself as to why you can't achieve it.

Jordan Belfort

Si todo en este mundo fuera excelso, nada lo sería.

Denis Diderot

Daisy Scholte es una joven holandesa que padece los estragos de la crisis que desde el 2008 ha hecho de la incertidumbre y la fragilidad algo cotidiano. Para pagar el alquiler y mantener una vida en el mínimo de la dignidad —mínimo que, al parecer, excluye la sanidad, la cual está fuera de su presupuesto— ha tenido que obtener ingresos de cuatro trabajos distintos, que van desde limpiar hogares y escribir en un periódico local como *freelance*, a trabajar en una cafetería. Todo esto pese a que cuenta con estudios de posgrado en producción cinematográfica. Su experiencia refleja la de muchos otros jóvenes que, después de años de preparación y estudio (de haber «jugado bajo las reglas», como suelen decir algunos políticos), terminan enfrentándose a una dura disyuntiva: permanecer desempleados o aceptar un trabajo para el cual se encuentran sobrecalificados. (Fundación Conocimiento y Desarrollo, 2014; Stiglitz, 2012). La situación precaria en la que se encuentran reduce sus aspiraciones laborales, en el mejor de los casos, a «trabajar de lo que sea» (Granados, 2014). Frente a este panorama, Daisy externaliza el engaño del que se siente víctima:

Crecí escuchando que podría llegar a ser lo que yo quisiera, siempre y cuando trabajara duro y me educara. Hice todas esas cosas pero, aun después de haber recibido mi

título de máster hace dos años, es difícil conseguir un trabajo que realmente se ajuste a mis intereses. (Alderman, Ingber, & Sinha, 2013)

Ella no es la única que creció escuchando las promesas del trabajo duro. Según el reporte de *Economías emergentes y en vías de desarrollo mucho más optimistas que los países ricos acerca del futuro* del Pew Research Center (2014), al pedir a los encuestados de 44 países que calificaran en una escala del 0 al 10 las características más importantes para salir adelante en la vida, el 60% calificó como «muy importante» (calificación de 10) el «tener una buena educación», mientras que el 50% eligió «trabajar duro».

Ante esta dosis de realidad, Daisy se ve a sí misma inmersa en un mundo competitivo y desigual en el que sus habilidades solo parecen asegurarle una plaza dentro del círculo de los fracasados. Su sueño –producir un documental sobre asuntos globales– se muestra lejano ante la dificultad que para ella representa conseguir un buen trabajo, ya ni siquiera uno que corresponda con lo que ha estudiado. En pocas palabras, ella fracasó, o por lo menos esa es la sensación que tiene al ver que todo el esfuerzo al cual dedicó buena parte de su vida fue en vano:

Debo admitir que tengo días en los que me digo «solo soy una fracasada» o algo así. Justo el otro día mi madre vio una vacante para un empleo genial y me dijo que fuera a por él. Pensé que sería increíble tener este trabajo, pero sabía que seríamos yo y otros 600 postulando a él. Ese fue el momento en el que me di cuenta que los tiempos han cambiado. Hace algunos años, cuando comencé a estudiar, nunca pensé que sería tan difícil. (Alderman, Ingber, & Sinha, 2013)

A Daisy, como a muchos jóvenes que sienten que el reloj avanza mientras el futuro se les viene encima, le resulta difícil construir una narrativa personal alejada del abismo del fracaso. ¿Cómo debería ser dicha narrativa para evitar ese pozo? ¿Cómo debería ser una «historia de éxito»? Bajo un guión «clásico», la historia se

iniciaría con varios años en los que, probablemente, Daisy tendría que compaginar noches de estudio con algún trabajo a medio tiempo. Una vez graduada, comenzaría «desde abajo», tal vez como asistente en alguna producción pequeña. Poco a poco, aunque siempre con prisa, escalaría hasta colarse en alguna productora cinematográfica independiente de renombre, si se interesara por el cine de corte alternativo, o en un gran estudio norteamericano, si se decidiera por el cine comercial. Una vez ahí, entraría en «el medio», rodeándose de celebridades, artistas y empresarios, acariciando la grandeza con sus correspondientes pleiteías. Sin embargo, pese a haber conseguido subir la escalera, Daisy tendría que legitimar el éxito obtenido por medio de una serie de premios, con los cuales lograría consagrarse para pasar de la novel promesa a la celebridad. Claro, la lista de estatuillas tendría el Oscar como última meta. Esta sería, más o menos, una historia de éxito: una lucha tenaz contra la adversidad, digna de un *best-seller*, con una posible adaptación al cine o a la televisión.

El problema, como afirma Daisy, es que los tiempos han cambiado, como también lo han hecho las formas en las que se construye una narrativa exitosa. A diferencia de la generación de los padres de Daisy, en la que el trabajo duro proyectado a largo plazo era la vía por la que se construía el éxito, los inestables tiempos de lo que Richard Sennett (2013) denomina el «capitalismo flexible» piden a individuos y empresas «un comportamiento ágil» y «que estén abiertos al cambio, que asuman un riesgo tras otro, que dependan cada vez menos de los reglamentos y procedimientos formales». Este constante fluir, que Zygmunt Bauman (2005) ubica dentro de la sociedad moderna líquida, en la cual los hábitos, rutinas y logros que conforman las experiencias de los individuos carecen de solidez, dificulta la construcción de una narrativa exitosa como la que se imaginó Daisy al iniciar sus estudios. Estos cambios en cómo los individuos se construyen a sí mismos dentro del capitalismo posindustrial o cultural son producto de la modificación, tanto de sus procesos productivos y de intercambio –de la lógica

de la producción a la lógica del consumo—, como de su ideología. Aunque todas las épocas etiquetan ciertas posiciones sociales como «exitosas», los criterios y los medios por los que los sujetos acceden a la cima del poder —no solo económico, sino también social o cultural— y al reconocimiento, son distintos.

Entonces, ¿qué podemos decir que caracteriza al éxito en esta fase del capitalismo? Señalamos dos diferencias que lo distinguen de otras épocas: primero, el *imperativo del éxito*, es decir, la creciente presencia del deseo de triunfar que invade distintas esferas en las vidas de los sujetos. Dicho imperativo puede resumirse con la sentencia hecha por Leo Braudy (1997): «No todos podemos ser famosos. Pero mucha de nuestra experiencia diaria nos dice que deberíamos serlo si pudiéramos, porque es la mejor, tal vez la única, manera *de ser*» (p. 6).¹ Segundo, la ruptura del éxito lineal y progresivo, la cual dificulta la construcción de una narrativa exitosa basada en el trabajo proyectado a largo plazo y abre paso a formas de éxito menos sólidas. La pregunta clave para indagar en las nuevas formas de éxito de nuestro tiempo es la misma que nos hacemos al encontrarnos con alguien que consideramos exitoso:² ¿Qué tengo que hacer *yo* para ser como *él* o *ella*, para pasar de ser *alguien* a ser *Alguien*? ¿*Qué me falta* por hacer?

1 El análisis de Braudy se centra en la historia de la fama, desde la época clásica hasta nuestros días, y los diversos criterios que se han utilizado para acceder a esta. Como se verá más adelante, nuestra época se caracteriza por la dificultad para separar la fama —mediatizada, hipervisible— del prestigio social, del talento o de la calidad de un producto. Si bien no se trata de un proceso nuevo —como señala McMahon (2013), la línea que divide al genio de la celebridad comenzó a borrarse desde el siglo XVIII—, hoy en día resulta difícil hablar de éxito sin el reconocimiento público, en especial el proporcionado por los medios de comunicación y las redes sociales.

2 O con su imagen: el anhelo de éxito como el deseo que busca transformar la imagen del televisor en imagen especular.

Ese deseo de trascender en vida –en un mundo inmediato y efímero, ¿a quién le importa el éxito póstumo?– es alimentado y aprovechado por el capitalismo contemporáneo y su cultura de consumo, la cual pone a nuestro alcance toda una gama de herramientas para construirnos como individuos exitosos, volviéndose la sibila que indica los sacrificios necesarios para paliar nuestra incertidumbre. Dado que en la era de la inmediatez no hay tiempo para nada, la promesa y la seguridad propias del esfuerzo de toda una vida terminan por esfumarse. Así, podemos acceder a un éxito instantáneo –fugaz, frágil y muy popular–, como el que proporcionan los *reality shows*, ya sea un concurso de talentos o el espectáculo de la contemplación vegetativa: individuos que gastan su vida en ver la vida de otros; seguir los consejos de las campañas publicitarias, que nos guían para adquirir los productos y *gadgets* que definen a una persona ganadora; hacer la prueba como futbolista o actriz para, por fin y de golpe, llegar a la cima; alimentar nuestra sed de triunfo con libros de autoayuda que nos dicen cómo volvernos ricos, exitosos y, de paso, delgados; llenar las salas de cine para ser testigos de una asombrosa historia de vida que nos dice «todos podemos». Ese *yo exitoso* en construcción agrega todo lo que el mercado ofrece en una cesta que parece no terminar nunca, en un mundo donde la medianía es sinónimo de fracaso. Como afirma Gabriel Zaid (2012), «si todo hombre común es un líder en potencia, no puede haber mediocres: solo etapas en el camino de la superación personal» (p. 133). De hecho, la conquista del éxito se presenta casi como una condición inherente e ineludible para acceder a la felicidad: para poder tener una vida plena es necesario llegar a la cima, ser el mejor.

En las sociedades contemporáneas el mensaje es claro: el éxito está al alcance de todos, esperando que salgamos a buscarlo. En palabras de Chaplin, «el mundo pertenece a quien se atreve». Atrás quedaron los tiempos en los que el justo medio o la vida simple eran vistos como un ideal deseable. Como señala Robert Redeker (2014), actualmente la vida se convierte en un proyecto en el que «rea-

lizarse personalmente se considera como la verdadera razón de vivir», y donde «vivir bien (divertirse, gozar) y bien vivir (vivir según el bien, virtuosamente) han entrado en fusión borrando la virtud» (p. 75). Otrora búsqueda de una vida digna de vivirse, este proyecto ha abandonado los ideales que proporcionaban seguridad al individuo para ver la vida como una inversión de capital. De esta manera, escribe Redeker (2014):

Realizar su vida ya no consiste en llevar una vida según una línea moral, conforme a la virtud, una vida consagrada a los demás, a la patria, al arte, a un ideal, sino que consiste en desarrollar a fondo todas las potencialidades psicológicas y físicas que cada uno posee por intermedio de su capital genético. Lograr su vida consiste en hacer fructificar este capital. Una vida lograda será una vida en la que todas esas potencialidades, entendidas según la metáfora económica del capital, habrán podido expresarse. (p. 75)

Tal parece que nunca antes hubo tanta presión por ser exitoso, imperativo que arroja al abandono a todos aquellos que quedan fuera de él. Sin embargo, el éxito se nos presenta como una paradoja. Una condición que en su misma esencia es exclusiva y elitista, ahora aparece como necesaria para todos: se espera que participemos en un mundo de ganadores. En primera instancia, democratizar el éxito no debería calificarse como algo deleznable. De hecho, constantemente vemos historias de personas que han llegado muy lejos: futbolistas, empresarios, cantantes y escritores nos dicen «si yo lo logré, tú también puedes lograrlo». El problema es que la ideología del éxito, de *ser el mejor a toda costa*, está inserta en un mundo terriblemente desigual, descubriendo una desconcertante (y algo obvia) farsa: no hay espacio para todos en la cima. Esta contradicción es particularmente cruel con los jóvenes en un sistema laboral vertiginoso, como es el del capitalismo posindustrial, que, por una parte, apuesta por la innovación y el cambio constante —cualidades atribuidas a la juventud—, mientras que los arroja a lo que

Bauman (2005) denomina la *vida líquida*: «una vida precaria y vivida en condiciones de incertidumbre constante» (p. 10). Es por ello que se vuelve necesario señalar el engaño del cual la ideología nos hace partícipes; evidenciar, parafraseando a Renata Salecl (2011), que hay una importante diferencia entre una sociedad en la que no existen los límites (en este caso, para triunfar) y una ideología que representa a esa sociedad sin límites, aunque, en la realidad, los haya.

Esa realidad de un mundo con siete mil millones de personas y una cima con derecho de admisión, vuelve ineludible la pregunta: ¿Por qué nos gustan tanto las historias de éxito? ¿Qué hay en ellas que nos motiva a seguir creyendo, pese al mundo desigual en el que vivimos? Sería ingenuo pensar que solo nuestro tiempo se caracteriza por la emergencia de figuras exitosas; distintas épocas han sido testigos del surgimiento de individuos ilustres. Entonces, ¿cómo entender las historias de éxito desde nuestro tiempo? ¿Qué ha cambiado? En una época en la que ya no existen ni héroes ni mártires (Bauman, 2005), estamos necesitados de esas increíbles historias,³ solo que ahora las encontramos en las películas de superhéroes o en las portadas de las revistas empresariales que nos muestran al gurú de los negocios del momento. En los tiempos premodernos, la grandeza estaba reservada a seres excepcionales —reyes, santos, guerreros, dioses, héroes— ante quienes era necesario postrarse. El papel que se le reservaba al sujeto era la mera adoración y pleitesía. Aunque podía aspirar a emular sus vidas, como en el caso de los santos, difícilmente podía pensar en igualar su grandeza, por lo menos no en esta vida. Eran las hazañas de estos seres, muchas de ellas producidas en tiempos míticos, las que daban sentido a la vida de los pueblos.

3 McMahan (2013) afirma que nuestra persistente creencia en «la genialidad y los genios» se debe, entre otras cosas, a la poderosa necesidad de trascendencia del ser humano. Así, «dotar de genio a otros aún sirve para satisfacer un anhelo por lo maravilloso» (McMahan, 2013).

Con la llegada de la modernidad, la ruptura de los relatos míticos dejó vacíos que fueron llenados por otros ideales de grandeza. El siglo xx fue el escenario de los grandes líderes que, con sus delirios y su culto a la personalidad, dirigieron a las masas al progreso a través de figuras como el superhombre nazi o el proletariado (Eliade, 1991). Al final, estas serían desplazadas por el «hombre común» (Zaid, 2012), producto (y mercado meta) de la cultura de masas capitalista. Es la emergencia de este sujeto la que plantea retos al éxito, exigiéndole grandeza a quien, por definición, se ubica en la media. Para finales del siglo xx, lejos de alcanzar las promesas del avance colectivo (masificado), el mito del progreso terminó por exiliarse en el individuo, en un ascenso en el que «ya no se trata de cumplir la esencia de la humanidad, como en Rousseau o Kant, sino de revelar las potencialidades de cada uno de nosotros» (Redeker, 2014, pp. 74-75).

Volviendo un poco a nuestra historia inicial, es probable que Daisy busque las razones de su fracaso, tratando de encontrar una respuesta a su situación. Si hizo todo aquello que le tocaba, como pensó cuando inició sus estudios, entonces, ¿qué fue lo que le faltó? Si *todos podemos llegar*, ¿a quién culpar del fracaso? Gran parte de las claves para entender el éxito en nuestro tiempo están en el individuo: en vez de querer ensanchar la cima, pareciera que cargamos a este con toda la responsabilidad de su éxito o su fracaso, presionándolo para que sea uno de los elegidos. La persistente búsqueda de una vida exitosa recuerda un poco a la ética protestante de Weber, en la que nada es lo suficientemente bueno ante los ojos de Dios. La incesante pregunta del protestante, ¿seré digno de la salvación?, se transforma para cuestionarse *si seré digno del éxito*. Sin embargo, si bien nuestro tiempo elimina la figura de autoridad divina, la culpa y el reconocimiento se mantienen en una dinámica en la que los dos polos están en constante diálogo: el reconocimiento del otro es lo que confirma el éxito, mientras que la culpa por el fracaso recae en el individuo.

Pese a la marcada individualidad de la cultura del éxito, en la que todos somos «arquitectos de nuestro propio destino», estamos necesitados del otro. La carrera solitaria no sirve de nada sin el otro. Claro, no para que acompañe, sino para que aplauda. ¿De qué me sirve ser exitoso si no hay quien lo reconozca, sin alguien que *me vea*? En esta era de la imagen, ya no hay espacio para el sacrificio solitario y la satisfacción que el asceta mundano de Weber experimentaba: queremos que nuestra individualidad sea vista. En una sociedad de individuos en la que se exige que todos sean individuos (Bauman, 2005), escapar de la mirada del otro –y del deseo de ser vistos– es prácticamente imposible. Así, individuo y colectividad entran en una lógica a veces contradictoria pero en la que una parte necesita de la otra. Como afirma Lipovetsky (2004):

Si una pendiente de la dinámica posmoderna del individualismo conduce a «vivir para sí», a ser menos tributario de la opinión ajena, a privilegiar las emociones íntimas, otra pendiente empuja a compararse con los demás con el fin de sentirse existir «más», de marcar la propia particularidad de construir una imagen positiva de uno mismo para sí, de sentirse privilegiado, distinto a los demás. Los sentimientos elitistas, la exigencia de compararse ventajosamente con los demás, no tienen nada de inédito, pero en la actualidad se recomponen a partir de la lógica misma del neindividualismo, más para uno mismo que con las miras puestas en la estima del otro. (p. 59)

Una de las metáforas que permite entender de manera más clara las dinámicas del éxito y el fracaso es la del corredor. No olvidemos que el deporte es la práctica que mejor expresa el sistema del éxito total: un mundo donde solo hay espacio, en el podio y en la memoria, para los ganadores. Pero el deporte va más allá de una imagen. La transmisión de su anhelo de triunfo a nuestra vida profesional o familiar (el mejor empleado, la mejor madre, las mejores vacaciones), del ideal que grita «más rápido, más alto, más fuerte», termina por reducirlo todo a una

potencialidad siempre perfectible. Así, la mentalidad del ganador «es el resultado de la reducción de la inteligencia, de la psicología, del Yo y del alma a un músculo» (Redeker, 2014, p.125).

La palabra *carrera* entremezcla dos acepciones importantes dentro de la construcción del éxito: la idea de camino por recorrer, plasmado en una profesión, y la idea de competencia en la que hay un ganador. De esta manera, la vida, además de ser un proyecto, es un juego (McGee, 2005). Asimismo, que el *running* se haya vuelto un deporte tan popular dice mucho de nuestro tiempo y de la peculiar dialéctica yo-nosotros de la que habla Lipovetsky. ¿Cómo corremos hoy en día, en la sociedad del capitalismo cultural? Primero, nuestra mirada se posiciona sobre los objetos y las prácticas que acompañan al corredor: productos generados por el mercado que se vuelven *necesarios* para ser un atleta de élite, ya sean camisetas,⁴ tips de entrenamiento o dietas –de nuevo, no hay lugar para la medianía, aunque se trate de un *hobby* o de una práctica saludable–. Segundo, si bien existen análisis que destacan la dimensión ritual de este deporte, en la que «los corredores aparecen como “practicantes”, las grandes carreras colectivas como “misas” y el calendario de carreras como un ciclo anual pseudorreligioso» (Segalen, 2014, p. 96), no puede ignorarse que el *running* es, en esencia, una competencia; un deporte individual en el que se compete contra uno mismo y contra los demás. La presión por «dar el extra» puede venir desde fuera –pensemos en los entrenadores personales o en las comunidades de *running*– pero, en última instancia, es algo que se interioriza. Tercero, es ilimitado en sus metas: toda marca puede romperse y siempre hay espacio para mejorar. Por último, cuando se realiza bajo un esquema de competencia colectiva, se recompensa con un podio que solo admite tres ga-

4 Objetos que cosifican a sus portadores. Como en otros deportes, al utilizar las camisetas como soporte publicitario, las empresas convierten a los corredores en «hombres y mujeres anuncio, en emblemas humanos» (Segalen, 2014, p. 98).

nadores y en el que la diferencia entre el ganador y el perdedor puede ser de milésimas de segundo. En sí, el *running* es un deporte que constantemente nos pone a prueba, frente a nosotros mismos y frente a los otros. Y, según el mercado, ganar puede depender tanto del esfuerzo individual como de la ropa y accesorios que se posean, del entrenador personal que se contrate y, ¿por qué no?, del número de personas que te vean correr.

La imagen del corredor nos ayuda a entender los objetivos de este ensayo, centrado en la relación entre dos polos: los individuos que logran subir al podio y todos aquellos que los miran desde abajo. Podrá objetarse que esta perspectiva apunta a una visión del éxito masificada que deja de lado vías alternativas. Eso es precisamente lo que se busca diagnosticar: la ideología dominante del éxito en nuestra época. Interesan los modelos producidos y reproducidos por el capitalismo actual y el cómo estos se insertan en las vidas de los sujetos.

Este ensayo se enmarca dentro de las reflexiones sobre las consecuencias que tiene el capitalismo posindustrial en las experiencias e identidades de los sujetos; en este caso, a través de lo que denominamos la *ideología del éxito*. Dichas reflexiones adquieren mayor relevancia en un contexto de crisis como el que se vive en la actualidad, el cual pone a flote las contradicciones del capitalismo posmoderno y magnifica la figura del riesgo, característica del sistema, para transformarla en una condición de constante incertidumbre entre los sujetos. Como señala McGee (2005), difícilmente podemos dejar de lado la relación que se produce entre el sistema económico –y todos los símbolos y objetos que este produce– y los cambios en las vidas de los individuos:

Quando las estructuras económicas y sociales sufren cambios dramáticos, el cambio individual e interpersonal es inevitable. Las estructuras sociales y las identidades individuales se constituyen mutuamente: interconectadas hasta tal punto que los cambios en la primera necesariamente producen cambios en la última, y, algunos dirían, viceversa. (p. 15)