

Discernimiento en tiempos de cambio

Miguel Ángel Robles Gómez

Director General de Euromedia Comunicación

Soy periodista, me dedico hace 20 años a la Comunicación, asesoro a empresas y organizaciones en relación con su imagen pública, y mato el gusanillo del periodismo activo escribiendo en diferentes medios, entre ellos el ABC de Sevilla. Además de eso, o más bien por encima de eso, soy padre de dos hijos de once y quince años de los que me siento enormemente orgullosos, estoy casado con una mujer de la que, veintitantos años después de conocerla, estoy profundamente enamorado, y me siento privilegiado por tener el padre que tuve y la madre y hermanos que tengo.

También me siento privilegiado por estar aquí hoy con ustedes, aunque confieso que un poco abrumado, y preguntándome todavía qué hace aquí un tipo como yo en un foro como este, en el que estoy seguro que hay gente mucho más cualificada y con muchas más cosas que aportar que yo. Pero decirle que no a un amigo es una de las cosas que se me hace más difícil en la vida, y Enrique Belloso me pidió que viniera aquí, y aquí estoy, aunque no sin advertirle varias veces antes de si estaba seguro de lo que hacía.

Trataré en todo caso de estar a la altura de su confianza y si no lo logro le pido anticipadamente que tengan ustedes caridad cristiana con los dos y nos juzguen benévolamente, a Enrique por traerme y a mí por tener la osadía de venir.

He sido convocado para hablarles de discernimiento, y eso es lo que intentaré hacer a partir de este momento, enfocando esta cuestión bajo la óptica en la que, por mi trayectoria vital y profesional, creo que puedo aportar algo más, que es la de la comunicación.

Estimo ciertamente, como apunta el título de esta ponencia, que el discernimiento es una necesidad vital en los tiempos que corren y pienso también, inversamente, que son malos tiempos para el discernimiento.

El discernimiento es un ejercicio del intelecto que se relaciona con la capacidad de entender profundamente y al mismo tiempo con la capacidad de distinguir o diferenciar entre conceptos o valores que pueden tener una apariencia similar.

En el fondo, creo que el discernimiento tiene que ver con la autonomía de juicio y con la capacidad de plantearse las cuestiones de un modo racional e independiente, sin dejarse llevar ni por el entorno ni por las emociones.

Dicho de otra manera, con la facultad de tener un criterio propio y fundamentado, y de tener fortaleza moral para mantenerlo por encima de las presiones que podamos recibir.

Si tuviera que resumir de forma sintética qué es para mí el discernimiento yo diría que es la facultad para pensar críticamente.

Y creo que ayudar a pensar crítica y argumentadamente es probablemente el reto más difícil y también el más necesario que tenemos hoy los educadores: los que ejercemos la educación como padres en el ámbito familiar y privado y los que ejercen la educación como profesores en el ámbito académico.

Durante dos años he dado clases de Opinión Pública en la Universidad Loyola Andalucía, y esos dos años me han ayudado a comprender hasta qué punto cultivar el discernimiento en los jóvenes es probablemente el gran reto de la educación, y también cuán complicado es este desafío en un escenario en el que diariamente recibimos mensajes muy bien fabricados que parecen conducirnos a una forma determinada de pensar, fuera de la cual es difícil o incómodo mantenerse y sobre todo expresarse públicamente.

A mí no me gusta demasiado hablar de manipulación, porque la manipulación supone mala intención de quien la ejerce, y supone también un ejercicio orquestado y dirigido expresamente desde arriba, y ambas son cuestiones sobre las que mantengo mis reservas.

Creo sin duda que hay un relato global que condiciona las opiniones mayoritarias en relación con ciertas cuestiones, pero no sé hasta qué punto responde a una estrategia organizada y desde luego no creo que todos los que participan del mismo lo hagan movidos por el deseo de formatear conciencias, más bien pienso que muchos lo hacen de forma inconsciente o convencidos de estar ayudando a difundir causas nobles.

Por ello, más que de manipulación, yo hablaría de una influencia coral que, espolcada por los gobiernos, las marcas y los grandes ídolos a los que admiran los jóvenes, propone nuevas formas y patrones de pensar que se acaban convirtiendo en las verdades indiscutibles e indiscutidas de la opinión pública, condenado al silencio -o lo que, es aún peor, al oprobio o la reprimenda social- a quienes piensan diferente.

Pero antes de seguir con la argumentación querría mostrarles un video que recoge muy bien cómo está construido este tipo de relato que se ofrece a los jóvenes y cómo ejerce su influencia sobre ellos, en la mayoría de ocasiones de una forma suave pero muy efectiva, bajo un manto aterciopelado de buenas intenciones.

Ya les anticipo que he escogido intencionadamente un video absolutamente de guante blanco, con el que superficialmente es difícil no estar de acuerdo.

El típico video que recibimos a través de whatsapp o vemos viralizado en las redes, y que nos sentimos tentados a compartir enseguida, convencidos de que estamos ayudando a difundir un mensaje positivo. Yo, de hecho, lo recibí por varias vías durante el verano, y a punto estuve de hacerlo. Este es el video. *Before you feel pressure* <https://www.youtube.com/watch?v=9lh-V6dK94ug>

<https://www.infobae.com/educacion/2018/04/03/video-viral-sobre-el-verdadero-exito-no-dejes-que-nadie-te-apure-con-sus-tiempos/>

Bien, quizás les haya gustado. Quizás incluso les haya conmovido. Exactamente esa es la intención con la que ha sido realizado: emocionarnos. Ya les digo que a mí también me gustó y a mi hijo también la primera vez que lo vio. Los jóvenes reciben y comparten miles de videos y mensajes como este. Este es el mensaje de un coach y motivador profesional que se gana la vida produciendo videos como este.

Pero muchos videos y mensajes de este estilo son mensajes de grandes marcas con una audiencia de millones de personas, y cuya publicidad está cada vez más alejada de sus productos y más enlazadas con causas sociales.

En su comunicación, las marcas han dejado de vendernos ropa, yogures o productos para la higiene íntima, para empezar a vendernos rebeldía, vida sana, feminismo, transformación digital, emprendimiento: las grandes ideas, en suma, que conforman el nuevo bien pensar del momento.

Yo, lo que trato con mis hijos, es que piensen por supuesto lo que quieran y si llegan a las mismas conclusiones a las que llegan videos como este que les he proyectado, que lo hagan, pero que no lo hagan irreflexivamente, sino después de filtrar los mensajes y verlos bajo el tamiz de su inteligencia.

Que examinen críticamente los mensajes que les llegan viralizados y particularmente todo aquello que les conmueva apelando a su rebeldía. Cuanto más cool y más aparentemente irreverente es un mensaje, más sospechoso debe resultarles, porque lo cool es precisamente la vía de entrada en los jóvenes del nuevo pensamiento hegemónico. En suma, lo que trato de inculcar a mis hijos no son convicciones fijas, ni que pongan barreras insalvables ante los mensajes que reciben. No, no quiero que sean bichos raros. Solo que se pregunten si realmente los valores que promueven estos mensajes coinciden con su forma de ver las cosas o no. Y sobre todo que sean capaces al menos de detectar los recursos invisibles a través de los cuales, de modo subrepticio, se les conduce a una manera de pensar.

Si esa rebeldía a la que se les apela frecuentemente, y con la que se les conquista, es real o es falsa, y lejos de moverlos a luchar por mejorar el mundo, los conduce a la defensa de una concepción mercantilista de la vida y de ciertos valores favorables a esa concepción.

En este video, en concreto, que les he mostrado vemos el director de instituto blanco y encorbatado representando los valores supuestamente reaccionarios y desfasados. El director lleva traje, pero su aspecto es en realidad cuidadosamente lamentable: la barba peluda y el peinado pasado de moda le hacen un flaco favor, los bajos del pantalón se le arrollan en el zapato, es gordo, la corbata está mal anudada y además le queda corta para acentuarle la tripa... Le falta un poco de caspa en los hombros de la chaqueta. Quizás lo consideraron excesivo.

Su discurso es el del rigor en los estudios, la organización y la planificación de la vida y la seguridad laboral como base para la estabilidad familiar. Ante un auditorio cuidadosamente diverso desde el punto de vista étnico y de género, ese profesor predice a los alumnos un itinerario académico y vital: acabarán el instituto, luego estudiarán en la universidad, más tarde empezarán su carrera profesional, quizás luego se casen y se compren una casa. Con 30 años sus vidas estarán encaminadas, dice intentando rematar su intervención... Justo antes de ser interrumpido y corregido por el profesor rebelde..., rebelde y cool. Que no es blanco, que no está gordo, que no lleva corbata, que es joven y tiene la barba perfectamente recortada. Viste de negro, representa la cuidadosa diversidad racial del auditorio al que se dirige. Que entra por los ojos mucho mejor y que es además el creador del video. Un bloguero y speaker motivacional. Un millonario emprendedor social media. Que en el video es un profesor rebelde y cool, vestido entero de negro.

El profesor rebelde toma la palabra para enmendarle la plana al director de instituto. Y viene a decir que el molde que propone el director falla porque él conoce mucha gente que no lo cumple. Seguro que conocerá mucha gente que lo cumple, y que considera que ese molde ha contribuido a su felicidad... pero eso no lo dice. Lo que dice es lo contrario. Que conoce gente que no. Gente que acabó pronto los estudios y sin embargo tardó en encontrar trabajo. Gente que los acabó tarde y consiguió en cambio empleo enseguida. Gente que nunca estudió y sin embargo encontró su vocación. Gente que tiene un trabajo estupendo y sin embargo lo odia. Gente que encontró su vocación de forma inesperada. Gente que cambia de vida a mitad de la carrera profesional. Gente que se casa y no tiene niños y gente que tiene niños sin casarse. Gente que se ama y vive separada... Y gente que tiene una relación, pero ama a alguien más. Es decir, gente a la que le va la poligamia, ahora rebautizada como poliamor, que eso sí que es cool.

Si re-visitáramos el video, comprobarían ustedes que, a esa altura del discurso, a los estudiantes que escuchan, y al propio director blanco y gordo, está a punto de caérseles la cabeza de tanto asentir al profesor rebelde y cool...

Y entonces la conclusión de este gran sabio del siglo XXI, youtuber profesional cuyos estudios en filosofía desconocemos, aunque me los puedo imaginar, la gran conclusión es (y atención a la calidad de la metáfora) que el tiempo corre según nuestro propio reloj, que cada uno tiene su propio ritmo, y finalmente que no debemos desesperar en la búsqueda de nuestros sueños, de nuestros sueños individuales por supuesto, y que debemos ser pacientes y no desesperar hasta encontrarlos...

Y es en este punto en el que, una vez revisitado, yo le pido a mi hijo de quince años que se cuestione cuál es la verdadera intención de este video, y si detrás de todo el envoltorio emocional de que vayamos a nuestro propio ritmo, detrás de esa supuesta rebeldía con respecto a los patrones establecidos, lo que hay realmente es un nuevo modelo social muy conveniente para los intereses del mercado y del capitalismo más salvaje, a la par que disolvente de las condiciones necesarias para la vida familiar.

Porque, en realidad, quizás, solo quizás, de lo que va el video es de que, los jóvenes tengan paciencia. Mucha paciencia. De que no les importe si tardan en encontrar trabajo porque quizás es que no haya llegado su hora. De que no tengan grandes expectativas en el valor de los estudios universitarios para su carrera profesional por si acaso tienen que trabajar poniendo copas. De que no solo no le tengan miedo al cambio, sino que lo vean como algo excitante y positivo, aunque sea a costa de separarse de la familia. De que no vayan a aspirar a tener un trabajo estable, que les permita realizarse personalmente, sino que conviertan el trabajo y la vida profesional en su sueño personal. De que tengan un propósito vital alejado de las prioridades familiares, y que en la búsqueda de ese propósito no les importe andar dando tumbos de un lado a otro, sin contratos, sin salarios, sin seguridad y sin horizonte. De que asocien el éxito a la vida profesional y la felicidad también.

Quizás piensen que exagero, pero, si todavía tienen dudas sobre el subsuelo profundo del mensaje, les recuerdo los ejemplos. ¿Quiénes son? ¿Quizás héroes anónimos que dedican su vida a los demás? ¿Quizás investigadores que son felices en su laboratorio haciendo avanzar la ciencia con un sueldo justo y digno? ¿Quizás solo padres y madres que son felices entregados a la educación de sus hijos y anteponen la vida familiar a su egoísmo individual? ¿Quizás son maestros de escuela como el director blanco y gordo que renunciaron a carreras mejor remuneradas por entregarse a su vocación de enseñar? ¿Quizás es el médico de familia o el farmacéutico de la esquina, felices por contribuir a propósito superior que les supera, satisfechos de formar parte de un sistema sanitario que reporta cuidados y atención a todas las personas, sean del estatus social que sean? ¿Quizás son los ingenieros o trabajadores de la construcción que diseñan y ejecutan las carreteras, puentes o viviendas en que residimos? ¿Quizás son los periodistas que informan en sus periódicos locales denunciando tropelías en el ejercicio del poder público? No. Son todos triunfadores y millonarios que, eso sí, no lograron serlo inmediatamente.

Triunfadores que cumplieron un sueño. El suyo mismo. Triunfadores que enseñan a los jóvenes una lección, que les lanzan la siguiente exhortación. No dejes que nadie te apure con sus prisas, ni te apures tú con las tuyas. Comprarse una casa después de los cuarenta puede ser maravilloso. Y no comprársela nunca también. Vive con la esperanza de llegar a ser un día como Amancio Ortega, como Morgan Freeman, como el fundador de Alibaba, como la autora de los libros de Harry Potter. Ten paciencia y si no llega nunca ese día no importa, porque habrás vivido a tu ritmo... Y sobre todo con un propósito maravilloso... Porque ese es el éxito... tener una vida con propósito... El propósito de hacerte millonario. Como lo he logrado yo. Ovación de gala y fin del video. O casi fin.

Porque el fin del video es una apelación. O una llamada a la acción, un *call to action* como lo llama la gente del marketing. La apelación es sencilla y directa. Comparte hoy. Sí. Hoy,

mejor que mañana, porque quizás mañana ya no tengas la piel de gallina. Quizás mañana, si lo piensas un poco, comprendas que se trata de un discurso superficial y materialista. Un discurso que asimila el éxito al dinero, que antepone el sueño individual sobre el proyecto colectivo, y la realización profesional sobre la vida familiar y personal. Un discurso que bajo el mensaje epidémico de que todo te llegará a tu tiempo, de que cada uno tiene su propio ritmo, transmite a la juventud la idea tendenciosa de que todos los sueños se cumplen, de que es mejor la precariedad esperanzada que la estabilidad sin enormes expectativas, de que el nomadismo es un avance y no un retroceso, de que la espontaneidad es preferible a hacer planes, de que tener un propósito es mucho más importante que tener un trabajo, de que el sentido de la existencia es individual y nada es más importante que tú y después tú.

Periódicamente, en las redes o en el whatsapp, nos llegan viralizados videos de estas características, invitando a los jóvenes a hacer grandes cosas, a no poner límites a sus sueños y a perseguirlos con auténtica desesperación. Muchos de estos videos, como decían antes proceden de las propias marcas que, en su deseo de convertirse en significados trascendentes, abanderan estas causas sociales dominantes que las hacen más atractivas.

Escarbando un poco en el mensaje, se comprende enseguida que el modelo social que alienan estos videos es el del individualismo y el egocentrismo más atroz. Probablemente hay pocas cosas más indignas en la vida que confundir el interés particular con el general. En política, la corrupción es probablemente la forma más evidente de hacerlo, pero no es la única.

Hay otras formas, como esa suerte de “mesianismo” que hoy practican algunos de nuestros políticos, el cual les lleva a creerse que su suerte es la de su país. Desgraciadamente, ese mesianismo no es solo un mal de la vida pública. Es un virus que se ha infiltrado en nuestra sociedad, vaciándonos de sentido colectivo, llenándonos de ambiciones individuales insensatas y narcisismos desmedidos, y dejándonos sin héroes anónimos a los que admirar.

Incluso la educación recibida ha cambiado en esa dirección. Hasta hace poco, en gran medida, las acciones correctoras de nuestros padres eran para desinflar nuestro ego. Guiados por ellos, aprendíamos a ser conscientes de nuestra insignificancia o, mejor dicho, a asumir que nuestra relevancia dependería de nuestra capacidad de contribuir a un reto colectivo superior a nosotros.

Hoy los padres no solo alimentamos constantemente la autoestima de nuestros hijos, a veces con evidente desmesura, sino que les inculcamos también la convicción de que no hay límites para sus capacidades, alentando en ellos el convencimiento de que ser parte de algo no es suficiente, de que ellos han nacido para ser el todo.

La nueva trascendencia ofrecida a los jóvenes es a la aspiración es ser como Steve Jobs, o como los ídolos sugeridos en este video, no la aspiración a ser uno más entre los que levantan piedras para construir una catedral.

El discurso social dominante se nutre de muchos mensajes y causas parecidas, todas ellas aparentemente rebeldes, como este llamamiento a los jóvenes a vivir a su propio ritmo.

Pero la rebeldía es hoy un mero argumento comercial para captar el interés de los jóvenes, y no hay nada menos subversivo para los intereses del mercado que lo que se anuncia como tal.

De hecho, no hay nada más favorable para los intereses del mercado que cultivar en los jóvenes el deseo de ser emprendedores sin vínculos laborales estables, automotivados por un propósito mercantilista que en el 99% de los casos no llegarán a cumplir.

No, no hay nada irreverente en cultivar en los jóvenes la idea de que no se marquen plazos, de que no alienten la expectativa de llegar a los cuarenta con una casa donde vivir y unas condiciones laborales suficientes para formar un hogar. No hay nada irreverente en enseñar a los jóvenes la idea de que la felicidad depende de su vida profesional, y no de su vida personal.

La irreverencia es solo el recurso táctico del *establishment* para que los jóvenes sean más convencionales y previsibles que nunca sintiéndose más alternativos e impredecibles que nunca, para que dejen de pensar críticamente y asuman como propios los valores del discurso dominante.

Por eso, el discernimiento hoy es tan importante y también tan difícil. Porque probablemente nunca hemos estado tan expuestos a la influencia de los patrones sociales dominantes y nunca ha sido tan difícil escaparse de ellos.

Probablemente también nunca se hayan utilizado mecanismos tan sofisticados para influir en la forma de pensar y eclipsar el pensamiento crítico individual. Y quizás nunca la esfera pública y el mercado hayan estado tan sobresaturados de emoción, que es el gran enemigo o el gran obstáculo para el discernimiento.

Entre las grandes aportaciones y avances que nos trajo la Ilustración, una de las más relevantes a mi juicio fue la convicción de que el espacio público debía estar dirigido por la razón. Y que la mejor forma de llegar a la verdad era a través del raciocinio público, es decir, a través de la deliberación entre mentes pensantes. Hoy, si me permiten la expresión, asistimos, en cierto modo, a una mediavalización del espacio público.

Es cierto que todo el mundo puede decir lo que le venga en gana, y que no hay límites a la libertad de expresión, y menos aún a la libertad del insulto. Pero hay un principio básico del espíritu ilustrado que ha sido subvertido, que es la disposición a ser convencido por un argumento intelectualmente superior.

Hoy iniciamos las conversaciones aclarándole a nuestro interlocutor: “me da igual lo que digas porque no me vas a convencer”. Y no solo lo decimos en conversaciones informales, sino que expresiones similares las escuchamos incluso en tertulias y foros políticos. Bueno, entonces exactamente para qué debatimos. Si no aceptamos la posibilidad de persuadir y ser persuadidos, para qué conversamos. Y para qué erigimos además la conversación en el pilar de la vida pública. Porque la superioridad de la democracia como forma de organización política se basa precisamente en la premisa de convencer y ser convencido, en el valor de la confrontación intelectual para la mejor toma de decisiones.

Ese espíritu de la Ilustración es hoy traicionado por nuestros políticos cuando llegan al debate público con posiciones absolutamente inamovibles. Podemos hablar, pero NO es NO. Y nadie me va a mover del no. ¿Cómo dice usted eso? ¿Cómo que NO es NO? Esa es una afirmación completamente antidemocrática.

Si el diálogo se inicia sobre la base de que da igual lo que usted diga, da igual la calidad de sus argumentos, de aquí usted no me mueve, entonces mejor que no dialogue usted. Porque si la democracia instaura el debate como principio organizativo de la vida pública es precisamente para que a través de la conversación lleguemos a las mejores decisiones. Y como decía antes, esto no solo lo vemos en los políticos, esta actitud es general en toda la sociedad, este no dar el brazo a torcer es una actitud cada vez más frecuente en todos nosotros.

El domingo pasado el catedrático José Luis Comellas decía en una entrevista que el “tal vez” ha desaparecido del espacio público. Es un diagnóstico exacto. Vivimos en un momento de blancos y negros, de “sí es sí” y “no es no”, cuando los “quizá” y los “tal vez” representan el verdadero espíritu ilustrado de la democracia.

Y si eso ocurre, y perdonen la digresión hasta llegar aquí, es porque el discernimiento ha sido reemplazado por la emoción. Es posible discutir dos argumentos hasta ponernos de acuerdo, pero cómo vamos a discutir sobre dos emociones, cómo vamos a llegar a un consenso sobre ellas. El filósofo, creativo y músico Fernando Infante, una de las mentes más privilegiadas que conozco, tiene un disco que se titula “Elige tu propia mentira”.

Hace poco escribí en ABC que no se me ocurre una definición más sintética y certera de los tiempos que vivimos, caracterizados por la sublimación de lo emocional y el desprecio de la verdad. Si es verdad o no es verdad, no importa tanto. Lo importante es que nos emocione. Se trata por tanto de algo que va mucho más allá de cualquier relativismo. Es indiferencia absoluta sobre la verdad al mismo tiempo que enaltecimiento de la superioridad del yo emocional: si me place, todo lo demás no importa.

Ya en la segunda mitad del pasado siglo, profesores de la Universidad de Columbia y de la Universidad de Yale acreditaron el relativo peso de la deliberación racional en nuestras elecciones individuales e ideas políticas y morales. Sin embargo, hasta hoy, todos tratábamos de convencernos de lo contrario, e incluso luchábamos por evitar que las opiniones heredadas, las ideas hegemónicas y los prejuicios e intereses egoístas determinaran nuestra forma de pensar.

Dicho de otra forma, tratábamos de elevarnos por encima de nuestras limitaciones y emociones, persuadidos de que nuestras decisiones (y particularmente las relativas a la vida pública) debían obedecer a nuestros razonamientos y elecciones intelectuales después de informarnos y reflexionar sobre la información recibida. Por eso, entre otras cosas, valorábamos la credibilidad y objetividad de las fuentes.

Lo específico de la nueva época que vivimos no es, pues, el reconocimiento del peso limitado de la razón en nuestras elecciones, ni la dificultad de llegar a las mejores decisiones a través de un proceso de deliberación racional (con uno mismo y con los demás).

La seña de identidad de los nuevos tiempos es la renuncia voluntaria y consciente a tomar decisiones racionales e informadas, la proclamación de la superioridad de la emoción individual sobre la razón colectiva y en suma la desahogada conformidad con la mentira siempre que ésta nos genere una emoción positiva.

Si en el siglo XX nos recriminábamos el autoengaño, en el siglo XXI nos hemos liberado de cualquier remordimiento por ello. Dicho de otra forma, hemos despreciado el discernimiento. No solo es que estemos llenando el espacio público de emociones, embotando la capacidad de pensar críticamente, es que estamos sibilinamente llevando a los jóvenes a la convicción de que lo verdadero, lo genuino, lo auténtico, es lo emocionante, y cuando más emoción, más verdad.

Esa es la fuerza y la sutil agudeza que, a mi juicio, tiene el brillante reclamo de “elige tu propia mentira”. Nos sitúa en el momento exacto de una generación que ha sido educada para vivir en la postverdad, y para disfrutar de ella desde un profundo egoísmo individual, desde el convencimiento de que incluso los asuntos que atañen al interés general solo pueden ser sopesados bajo la óptica del placer personal. Si es emocionante, es verdad, y si se demuestra que es mentira, no pasa nada, porque será tu mentira, y eso es lo importante. Que sea tuya y te haga vibrar.

No se trata de pensar, se trata de emocionarse. Como sugiere el eslogan de una conocida marca deportiva, no te pares a reflexionar, simplemente hazlo, *just do it*. Comparte ahora.

De modo que no, no es fácil para los jóvenes, ni tampoco para los adultos, pero menos aún para los jóvenes, intentar discernir y tratar de pensar críticamente sobre los temas, sobre todo cuando ese pensamiento crítico puede llevarles a opiniones poco emocionantes y lejanas a las ideas hegemónicas que arrasan en las redes sociales. Estas se suponían que iban a ser cauces abiertos para la libertad de expresión y la reflexión individual, pero la realidad es que son hoy todo lo contrario.

Territorios donde no se piensa, se vibra, y la disidencia en ciertos temas fundamentales se castiga con el oprobio público. Donde es mejor callarse lo que uno piensa o mejor aún pensar lo que piensa todo el mundo para así no tener problemas.

Quizás alguno de ustedes conozca la teoría de la espiral del silencio. Es uno de los modelos

de comunicación más importantes que existen. Fue formulado en la segunda mitad del siglo pasado por la socióloga alemana Noelle Neuman. Básicamente lo que viene a establecer este modelo es que las ideas dominantes tienden a relegar al silencio a las minoritarias, lo que las hace cada vez más minoritarias.

Según esta teoría, todos tenemos una cierta intuición -un sentido cuasi estadístico lo llama la autora-, a través del cual conocemos si nuestra forma de pensar coincide con las ideas mayoritarias o no. Y cuando pensamos que no coincide, lo que hacemos es callarnos para así evitar el rechazo social. Una de las grandes aportaciones de la teoría de la espiral del silencio es que predice muy bien los cambios de tendencia en la opinión pública.

Aquellas ideas que empezamos a sentir incomodidad al expresarlas en público podemos anticipar que van a quedar confinadas al silencio en el espacio público y por tanto se van a hacer cada vez más minoritarias. Inversamente, aquellas ideas que, aún siendo minoritarias, empiezan a sonarnos bien y a tener cada vez más espacios de resonancia, sabemos que van a convertirse en las nuevas tendencias dominantes de la opinión pública.

Lo que hacen las grandes marcas y los grandes creadores de opinión es precisamente coger esas ideas antañónas minoritarias y que hoy empiezan a sonar bien para legitimarse y promover nuevos modelos y pautas sociales que les benefician. Estoy seguro que ustedes pueden identificar muchos de esos nuevos ejes temáticos que hoy son las nuevas verdades incontestadas e incontestables de la opinión pública.

En el video que les he expuesto salían muchas de ellas: el emprendimiento, la movilidad, la predisposición entusiasta al cambio, la sublimación de la dedicación profesional y por supuesto la diversidad en todas sus formas... racial, cultural, política, religiosa, sexual...

“Las estrellas se apuntan a la bisexualidad”, era una portada reciente de una de los semanarios de mayor difusión, la revista “Yo Dona”. Dentro, un reportaje se preguntaba en su titular: “¿Somos todas bisexuales?”. Sin afirmarlo explícitamente, el texto invitaba a las lectoras a la respuesta positiva que ya se anticipaba implícita en el titular.

También recientemente, una gran marca tecnológica, bajo el reclamo de “el futuro es apasionante” presentaba a un padre trabajando en el suelo con un ordenador portátil a la vez que sostenía en brazos a un bebé de pocos meses. Junto a la imagen, mensaje “otro día en la oficina” quería poner en valor los beneficios de la transformación digital para la conciliación laboral y familiar.

Cuando se lo presenté a mis alumnos de Loyola, todos lo vieron con buenos ojos, ninguno reparó siquiera en lo imposible y absurda que es esa clase de conciliación que se nos vendía en ese anuncio.

Ninguno tampoco advirtió riesgo de adoctrinamiento alguno en este tipo de relato ni en la posibilidad de que en realidad oculte la proclamación de la felicidad de trabajar a cualquier hora, igualando las satisfacciones derivadas del trabajo con la de ser padre.

Y, sin embargo, este es el tipo de mensajes que reciben todos los días nuestros jóvenes y desde mi punto de vista el resto es ayudarles a pensar críticamente sobre ellos para que lleguen a sus propias conclusiones.

No es fácil pensar a) cuando todo el mundo piensa b), y mucho menos exponerlo públicamente y exponerse al rechazo de la mayoría. Pienso en mis hijos y mi aspiración desde luego con ellos no es, como decía antes, que sean “bichos raros”, siempre a contracorriente de la opinión mayoritaria.

Obviamente, creo además que muchos de los valores que se promueven en el discurso dominante son positivos, pero me gustaría que no los asumieran solo por el hecho de que son mayoritarios ni porque se los comuniquen de un modo emocionante.

Me gustaría que fueran al menos capaces de detectar los recursos y mecanismos que las marcas utilizan para emocionarlos y captar su interés. Y que se arriesguen a ser minoría cuando sus deliberaciones racionales les lleven a convicciones minoritarias.

Y que no tengan miedo de expresarlas ante los demás, si se ven en la tesitura de hacerlo. Voy acabando ya, y retomo lo que venía diciendo antes sobre la teoría de la espiral del silencio. Enrique Belloso se refirió antes al artículo que escribí hace algo menos de un año sobre la oración, titulado *reza por mí*// Hace algo menos de un año publiqué un artículo que se titulaba *reza por mí*. Era un artículo sobre la oración. Una de las motivaciones fundamentales para escribirlo fue precisamente el deseo de hablar públicamente sobre algo que cada vez nos incomoda expresar delante de los demás.

En mi casa, de pequeño, yo vivía como algo muy normal eso de decir “reza por mí, mamá”, que hoy tengo un examen importante. O al revés, que un hermano tuyo te expresara un problema y tú le dijeras, “no te preocupes que voy a rezar por ti”. Era algo que yo sentía como una cosa profundamente reconfortante, y la verdad es que no me preocupaba que algún amigo fuera testigo de una conversación de esa índole.

Pero la verdad es que, siendo un adolescente, un compañero de promoción me pilló diciéndole a un hermano mío que rezara por mí, y ese alguien se lo pasó estupendamente a costa mía e hizo que yo me sintiera muy ridículo delante de mis amigos. Desde entonces, me guardé mucho de expresar en público algo así y la verdad es que aún hoy me produce bastante pudor hablar de mis sentimientos religiosos.

Y, sin embargo, si los cristianos nos callamos y no salimos a la esfera pública a defender nuestros valores, nuestras ideas acabarán confinadas al silencio y, por esa vía, siendo cada vez más minoritarias. En cambio, si las exponemos sin miedo, si logramos hacerlas atractivas y actuales, será más difícil doblegarlas.

Desde que murió mi padre rezo con más regularidad y cuando escribí el artículo estaba rezando más a causa de uno de mis hermanos. Temíamos, por los síntomas, que pudiera tener un cáncer y la verdad es que estábamos todos muy preocupados porque llegó a perder más de veinte kilos. Pero, gracias a Dios, no era un tumor sino algo mucho más benigno, y ya está recuperado. Y fue en esa situación en la que concebí ese artículo, dedicándoselo secretamente a mi hermano, aunque el secreto duró el tiempo que tardó mi madre en decirle que lo había escrito por él.

Aunque mi intención fue, en cierto modo, salir del armario y decir públicamente “sí, yo rezo, ¿pasa algo?”, la verdad es que jamás pensé que fuera a tener tanta repercusión como tuvo y que fuera a haber tanta gente que pudiera sentirse identificada con eso que contaba en el artículo.

Y desde luego el primer feedback que tuve no fue muy alentador, porque fue el mensaje de uno de mis socios, que es también uno de mis mejores amigos, gran escritor y periodista, que me escribió un whatsapp con este alarmado mensaje: ¿quillo, qué te pasa, estás bien? Más tarde, me confesó que en realidad lo que había pensado es que se me había ido la olla con el artículo.

Pero al poco tiempo empezaron a llegarme mensajes de felicitación y peticiones de amistad por todas partes. Un periodista de televisión lo difundió por twitter y aquello lo aceleró todo. El primer artículo religioso que escribía en mi vida, de los centenares que he escrito en prensa, y el primero que alcanzaba esa difusión. Con el paso de los días, me llegaron mensajes no solo de todas partes de España, sino de un montón de países de habla hispana, Venezuela, Méjico,

Colombia, hasta de un español residente en China me llegó. Estoy seguro de que ningún otro artículo que escriba tendrá nunca ese recorrido.

En realidad, creo que si algún mérito tuvo el artículo fue el de conectar con un gran segmento, de la sociedad que cree, que tiene fe, que reza, y que ve sin embargo como sus ideas y sus convicciones están cada vez más arrinconadas en el espacio público, quizás intimidadas por otras ideas contrarias que hoy pasan por ser mucho más *cool* y por ello se pregonan sin complejos y ganan protagonismo y adhesiones y son capaces de emocionar mucho más.

Nada más, espero no haberles aburrido demasiado, y, si después de escucharme, quieren ustedes honrarme con sus opiniones y comentarios, les quedaré muy agradecido, porque creo que yo por mi parte ya he hablado incluso más de la cuenta.