



knowsquare .

ELÍAS RAMOS

23 DE ENERO DE 2013

DESCONFIANZA COMO SEÑA DE IDENTIDAD

ARTÍCULO

knowsquare .

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa del Autor
y Know Square SL

Ahora que se habla mucho de la falta de confianza en el futuro, bueno será recordar la tendencia de los españoles a la tragedia, como nos recordaba recientemente un ilustre psiquiatra sevillano. En general, tenemos la dudosa virtud de vivir en una cercana e intensa relación entre la euforia y la desconfianza que, por estar íntimamente relacionada con el miedo y las dudas, limitan nuestro posible radio de acción a nivel colectivo e individual.

La sociedad española afronta 2013 con un crecido pesimismo según el último barómetro del [Centro de Investigaciones Sociológicas](#). Las preocupaciones de los españoles están centradas, como en anteriores consultas, en tres cuestiones: el paro, la economía y la clase política, por este orden. Entre las dos últimas la distancia se acorta. Si en el anterior barómetro era de poco más de 12 puntos ahora es de diez. Sin embargo, el rasgo que define el barómetro publicado con el comienzo del año es la desconfianza.

Desconfianza en el futuro inmediato que marcan los 360 días que restan de año y, lo que es peor, desconfianza en que el entorno mejore en los próximos cinco años; es decir, a medio plazo. Evidentemente, esto no quiere decir que la situación en España vaya a ser peor dentro de cinco años que ahora, pero la población española piensa que sí, según la encuesta del CIS.

En una reciente entrevista en el diario [El Mundo](#), el psiquiatra español **Luis Rojas Marcos**, que reside y trabaja en Estados Unidos, ponía especial énfasis en que los españoles somos propensos a contar siempre tragedias, a estar rodeados de tragedias, y me pregunto si esa desconfianza que rezuma en la encuesta del CIS tiene algo que ver con eso o, efectivamente, es una representación del sentir que hay en estos momentos y si esa desconfianza hacia los otros tiene que ver con la propia personal de cada uno de los que han contestado. Confieso que alguna consulta realizada no me saca de dudas, por lo que bien podríamos abrir un debate sobre el tema a cuenta del “Libro abierto de la Actitud”.

Si es una actitud personal hacia la que tendemos los españoles podemos deducir que lo tenemos difícil para el futuro. Si como dice la Real Academia Española, desconfianza es la “*falta de confianza*”, y ésta es la propia persona, la solución al dilema del futuro tiene una clara tendencia negativa. Por ejemplo, en la encuesta, no solo queda claro que no hay confianza en la clase política, sino que tampoco la hay en personas ajenas a las instituciones públicas.

Por ejemplo, un 67,2 por ciento de la población española no se fía de los expertos. Debe alarmarnos este dato porque entramos de lleno en la irracionalidad que conduce a situaciones políticas difíciles y complicadas. Como otra de las acepciones de desconfianza es la falta de credibilidad en las personas, esto quiere decir que la sociedad está preparada para escuchar mensajes con alto contenido propagandístico en lo político y sencillo, pero inviable y no menos propagandístico, en lo social.

Después de cinco años de crisis el escenario que tenemos viene definido, pues, por una situación en la que puede decirse que solo un cuarto de la población a partir de los dieciocho años cree que los mensajes de los expertos, que se supone que pueden dar solución a la terrible situación por la que atravesamos, aportan una cierta credibilidad y, por lo tanto, soluciones.

Por ponerlo en clave económica, según la encuesta, un 64,5 por ciento de los encuestados dice que el principal objetivo de la sociedad española dentro de cinco años será la lucha contra el paro lo que significa que la mayoría apuesta por una recuperación muy lenta. Pero más alarmante todavía, al menos en mi opinión, es ver que el objetivo que es señalado en segundo lugar con el 30,2 por ciento es la lucha contra la corrupción política.

Si a esto se le suma que la opinión pública española considera que las tensiones nacionalistas, la corrupción, el fraude, el abandono escolar, el cuidado a los mayores, las desigualdades sociales, etc., estarán peor dentro de cinco años que al finalizar 2012, es que hemos entrado en una depresión social en toda regla o, lo que es lo mismo, que la desesperanza y la desconfianza han echado más raíces de lo que a veces suponemos.

Cosa curiosa, sin embargo, es que la misma opinión pública cree que una de las cosas que mejorarán es la competitividad de la economía española. Digo curiosa porque la respuesta tiene dos posibilidades de análisis. La primera es que la sociedad reconoce, aunque no lo demuestra en otras respuestas, que la economía necesita grandes reformas. La segunda es que si ese aumento de la competitividad de la economía se produce puede dibujarse un escenario distinto al que pintan en la misma encuesta.

Esto, que no deja de ser una paradoja, también se refleja cuando se pregunta sobre la situación actual de cada uno. Al valorarla de 0 a 10, donde 0 es “completamente insatisfecha” y el 10 “completamente satisfecho”, por encima del 5 se declaran estar el 88,2 por ciento de la población y el 55,5 por ciento afirma estar satisfecho por encima del 7. Me pregunto también si hemos entrado en una cierta esquizofrenia social o, como también dice **Rojas Marcos** en la citada entrevista, “*el instinto de la felicidad funciona incluso en las situaciones más difíciles*”.

Entrando en este terreno de la psicología, y más concretamente en la psicología social, las psicólogas estadounidenses **Papalia** y **Wendkons Olds**, autoras de uno de los manuales más conocidos en la universidad de los setenta, llaman la atención sobre los dos tipos de respuesta comunes en situaciones de emergencia. Es fácil, dicen, encontrarse con viejo síndrome del “*que lo haga otro*”, pero también encontrarse con la persona a actuar de forma individual y esto tiene que ver con la ACTITUD.

Es la actitud individual y colectiva, lo que se piensa, lo se siente y como se manifiesta, el principio de solución de los problemas. ¿Es suficiente el hecho de que una gran mayoría se sienta satisfecho de cómo vive y tema perderlo para que cambie la actitud individual y colectiva? o ¿esperan de esa mayor competitividad de la economía la solución?

En estas situaciones, habría que recomendar a los comunicadores que se empaparan de algunos principios básicos de la psicología social que, por ejemplo, aconseja que los mensajes deben ser claros y reales porque “*los mensajes que incluyen niveles moderados de temor tienen más probabilidad de cambiar nuestra actitud, frente a los que resultan demasiado atemorizadores*”, que no hacen sino bloquear los cambios. Ya utilizó esta estrategia de comunicación el Presidente Obama en su primera cita electoral con su famoso “*Yes, we can*”. Esperemos que, a pesar de la encuesta del CIS y la desconfianza generalizada, todos pensemos que, efectivamente, podemos darle la vuelta a la situación.

© Elías Ramos

© Know Square SL