

Diócesis de Albacete · Jornada formativa

PRIMERA PARTE



**Una mirada sociológica
más allá de nuestros paisajes habituales**

Una mirada sociológica más allá de nuestros paisajes habituales

La cultura occidental ha ofrecido importantes logros en las últimas décadas. Los procesos históricos, sociales y culturales vividos por Europa han aportado interesantes valores emergentes. Pero estos valores, llevados a su extremo o entendidos parcialmente, han generado también dificultades.

Una sociedad de cambios rápidos

La evolución del pensamiento occidental y el desarrollo tecnológico han conducido a cambios ininterrumpidos en múltiples aspectos de la vida. Ello ha conllevado a una merma en los valores llamados tradicionales. La aceleración de las transformaciones lleva un replanteamiento continuo de muchos aspectos considerados como inamovibles por las generaciones anteriores. Actualmente todo es susceptible de ser pensado desde nuevas ópticas: familia, historia, creencias, concepción de la sexualidad, relaciones personales...

1.1 Entre el lujo, el bienestar y la crisis

- El derecho a consumir los bienes y participar del lujo es uno de los grandes logros de nuestra sociedad occidental. En las últimas décadas esta aspiración ha ampliado su campo de acción. El lujo engloba actualmente bienes intangibles: vivencias intensas, sensaciones exóticas, viajes a remotos países, cuidado meticuloso de la corporalidad...
- La democratización de los bienes costosos de consumo ha consagrado la felicidad privada y el deseo compulsivo de bienestar, minando la ética del sacrificio, el esfuerzo y los deseos postergados. Este ambiente ha difuminado valores antropológicos y religiosos.
- Durante la última década las aspiraciones a acceder al lujo y bienestar conviven con una fuerte crisis económica. El paraíso del bienestar comienza a estar en entredicho. Grandes núcleos de población de los países desarrollados tienen graves dificultades para acceder al bienestar propuesto como un derecho inalienable: sanidad, vivienda, alimentación, educación, prestaciones y servicios sociales...

1.2 El ocaso del compromiso y la ética indolora

- Durante milenios el hecho religioso marcó las pautas del comportamiento humano.
- Con la Ilustración se consolidó una "ética sustentada en la razón humana", sin ningún recurso a lo religioso.
- Posteriormente el mito de Prometeo fue icono de la laicidad que consagraba el esfuerzo y la abnegación personal en aras al triunfo de la colectividad libre y emancipada de dioses y amos.
- Durante los últimos decenios, con la llegada de la posmodernidad, la moral del esfuerzo ha entrado en crisis, dando lugar a una "ética indolora": el individuo es quien se propone metas éticas terapéuticas, que le ayuden a sentirse bien consigo mismo. El placer priva sobre el esfuerzo personal; el gusto propio sobre el mandato moral; la seducción sobre la obligación.

1.3 Una sociedad que propicia las «adicciones»

- El nivel material de vida ha aumentado. La mayoría de los ciudadanos occidentales tienen acceso a alimentos, ropa, calzado, sanidad, tiempo libre... aunque se carezca de valores profundos. Esta situación produce desorientación en muchas personas, que tienden a llenar el vacío, dejado por los valores profundos, con las llamadas «adicciones-no tóxicas»: activismo, medios de comunicación personal y social, redes sociales, alimentación sana, culto al cuerpo, consumo compulsivo...

1.4 Consagración de la autonomía personal

- El desarrollo de los derechos de la persona humana, así como la consagración de la propia autonomía, han conseguido el arraigo de interesantes valores relacionados con libertad, tales como: la autonomía personal, la libertad de pensamiento, moral autónoma y no impuesta por presiones sociales... En nuestra cultura occidental cada cual es el último responsable de elegir el desarrollo de su propia vida. Estos grandes logros, llevados a su extremo, han producido algunos efectos no deseados: individualismo, soledad y carencia de referentes sociales que orienten el comportamiento.

1.5 Proliferación de los «no-lugares»

- La creciente tecnificación, la construcción de grandes áreas y espacios destinados al consumo, la despersonalización de muchas actividades humanas... han generado la proliferación de los “no-lugares”: espacios que congregan a multitud de personas sin otro vínculo entre ellas que fines utilitaristas. (Aeropuertos, grandes superficies comerciales, ciudades del ocio, autopistas...)
- En estos nuevos espacios del anonimato crecen sentimientos de soledad, de pérdida de las raíces históricas y olvido de la identidad personal y grupal.

1.6 El poder de las redes. Olas de indignación sin compromiso real

- En el enjambre digital se crean olas de indignación (una sociedad de indignados), que es un enfado que va y viene sin un auténtico proyecto de transformación. El enfado es tan sólo ruido.
- En la sociedad digital sólo prospera el enfado, que no engendra futuro, porque al enjambre digital le falta peso y masa, no es un “nosotros”. Se forma por la agregación espontánea de individuos aislados, no tiene “alma” ni “espíritu”.
- Es un “enjambre de puras unidades”. Los habitantes digitales no se congregan ni se unen de modo duradero. Surgen, hacen ruido desde sus dispositivos electrónicos... y luego se disuelven.

1.7 La sociedad de la decepción y del cansancio

- Potentes medios de comunicación al servicio del consumo, el bienestar y el disfrute del tiempo libre... enaltecen un estilo de vida en el que pareciera que el placer y la diversión son alcanzables siempre y en grado máximo.
- El dolor y la enfermedad son ocultados y disfrazados con la enumeración de avances científicos cuya aplicación real es todavía lejana o incierta en la mayoría de los casos...
- Muchas personas, en su mayoría jóvenes, se trazan altas expectativas de disfrute y placer. Estas expectativas caen al contacto con la realidad, produciendo decepción y frustración. Para eludir esta decepción se intenta aumentar el tiempo lúdico y el consumo: todo tiene que ser divertido.
- La sociedad del cansancio surge del exceso de positividad (super-producción, super-comunicación, super-rendimiento). La persona de hoy vive saturada de estímulos, informaciones e impulsos. Vive el “multitasking” (multi-tareas), atendiendo a muchas cosas y pantallas a la vez, pero de modo superficial.
- Las redes sociales son un reflejo de esta superficialidad. Generan un deseo de exhibirlo todo y curiosearlo todo. Tal sólo hay un presente expuesto de modo plano, sin relieve histórico. Planas son las pantallas de “Facebook”: superficiales, momentáneas, sin un fondo ni una historia detrás: sin una visión crítica. No es casual que Facebook solo tenga botón de “me gusta”, pero no el “no me gusta”. Es síntoma de la alergia que le tenemos al “no”; a tomar una distancia crítica.

1.8 La posverdad

- Es una actitud. La posverdad no es una mentira. Tampoco es una falsa noticia (fake news). Tanto la mentira como la falsa noticia reconocen implícitamente que existe una verdad a la que ellas intentan eludir, falsear o silenciar. La posverdad puede definirse como la actitud de un colectivo de personas ante la realidad. ¿Cuál es esta actitud? Las personas dejan de interesarse por la verdad y tan sólo aceptan como «verdadero» aquello que está en sintonía con sus intereses, opiniones, emociones y afectos.
- Teñida de emotividad. La posverdad define una situación en la que los hechos objetivos y contrastados poseen menos influencia que las emociones y creencias personales. Lo racional no es valorado. Lo que otorga validez a una realidad es estar en sintonía con el sentimiento del sujeto que la percibe. Las emociones cobran especial relevancia en la difusión de la posverdad.
- Con una gran facilidad de difusión. Las nuevas tecnologías de la comunicación y las redes sociales han facilitado que las posverdades circulen y se difundan a gran velocidad. Los receptores no sólo reciben verticalmente los mensajes de la posverdad sino que actúan sobre ellos y generan una comunicación horizontal. Todo ello crea una maraña de informaciones en la que es difícil distinguir lo verdadero.
- Simplicidad. La extensión proporcionada por las redes sociales para ubicar este tipo de mensajes es escueta. La posverdad se halla habitualmente encapsulada en estrechos límites. No hay espa-

cio para los matices, la verificación o la reflexión. La posverdad se capta mediante la emoción, se interioriza rápidamente, se sitúa en el universo de las propias creencias, se acepta afectivamente y se difunde.

1.9 Ideología de género

- Al hablar de la ideología de género nos referimos a un conjunto sistemático de ideas, cerrado en sí mismo, que se presenta como teoría científica respecto al sexo y a la persona. Su núcleo central es el dogma pseudocientífico según el cual el ser humano nace «sexualmente neutro». Cada individuo es libre entonces de escoger o redefinir la propia identidad sexual, en función de la percepción subjetiva de su propio sexo y de su orientación sexual, independientemente del sexo biológico objetivo.
- Sostiene que existe una separación absoluta entre sexo y género. El género no tendría una base biológica, sería una mera construcción cultural. Por eso, la identidad sexual y los roles que las personas de uno y otro sexo desempeñan en la sociedad son productos culturales, sin fundamento en la naturaleza. En este sentido, antes de ser varón o mujer, la persona es un ser humano; el elemento sexual biológico no tendría más importancia que la que pueda tener el color de los ojos o del cabello.
- Este rechazo a todo condicionamiento natural conduce a la ideología de sustituir progresivamente la palabra sexo por el término género, libremente definido por el individuo y siempre revisable. La palabra género se convierte en el concepto central de la ideología de género. La identidad sexual se desconecta del cuerpo biológico sexuado y cada individuo puede construirla.
- En definitiva, la ideología de género propone la desvinculación de la sexualidad de la naturaleza, considerando que el sexo de un individuo es el resultado de una elaboración social. Postula, por tanto, que ser hombre o mujer no depende de una cuestión biológica, sino de una opción personal; es decir, es el resultado de una construcción social, una creación de la propia voluntad.

1.10 Características religiosas de los jóvenes de nuestros ambientes

- La mayoría de jóvenes y adolescentes de nuestros ambientes son sensibles a lo trascendente, creen en Dios, rezan de forma individual en momentos significativos para ellos, aunque descien de la práctica religiosa institucionalizada.
- Para estos jóvenes lo religioso tiene valor en la medida en que vale "para mí" y "me ayuda a sentirme realizado".
- El sentimiento se ha convertido en un importante parámetro para validar lo religioso. Las experiencias religiosas deben estar teñidas de emotividad para ser consideradas válidas.
- Se da una fragmentación entre creencias religiosas y comportamientos éticos. La fe no les lleva necesariamente a aceptar un esquema unitario de comportamiento. Es más, al ser hijos de una sociedad que refuerza la libertad de conciencia privada a ultranza, ven como imposiciones insostenibles las normas y directrices que emanan las instituciones, especialmente la Iglesia.
- No se puede hablar de irreligiosidad generalizada en los jóvenes, pero sí de graves deficiencias en la coherencia interna, en los contenidos de fe y en su vinculación a la iglesia. Los que son creyentes suelen tener una religiosidad "reconstruida".
- La desvinculación de la Iglesia institucional es mitigada por la presencia de personas creyentes significativas. No confían en la institución religiosa, pero sí en personas religiosas que se muestran cercanas a ellos.
- No soportan la frialdad revestida de calidad. Para los jóvenes de nuestros ambientes no es posible tener un grupo o comunidad de fe sin que exista un clima cálido.
- La falta de espacios sociales para la interiorización les hace sensibles a descubrir con asombro su propia interioridad. Muchos gustan de ratos en silencio, interiorización, conciencia plena...
- El grupo sigue siendo un lugar válido para participar y vivir experiencias intensas tanto en lo social como en lo religioso.
- El compromiso de los jóvenes de nuestros ambientes es fragmentado pero se retro-alimenta con el sentimiento, el afecto, la participación, el protagonismo y determinados voluntariados a tiempo parcial.