

más nos toca.

- cómo saber más sobre ese tema.
- qué soluciones darías tú.
- qué podemos hacer en la escuela.

Luego, hay que contárselo a la vecina; la escuela ha de ser portavoz profético que anuncie, denuncie y proponga. Y que llegue a los demás pillados con los pelos sin arreglar; que sepan que da lo mismo, que antes que los pelos hay que arreglar esta sociedad, un poco adormecida. (Y, antes, a los profes; que a veces no nos enteramos de lo que nos toca).



EL NOSOTROS CAE Y LO INMEDIATO SUBE

Roberto García Montero (BI)

En la sociedad en que vivimos y nos educamos – con sus imágenes y modelos – se observan dos hechos que cada vez ganan más peso:

- Se pierde la identidad del “nosotros”.
- Aumenta lo inmediato como estándar de referencia.

1. En los personajes públicos, cuya imagen se nos transmite como modelo, cada vez es más difícil encontrar actuaciones guiadas por la conciencia del “nosotros”. ¿Estos políticos toman sus decisiones pensando en “nosotros” o en “yo, mí, me conmigo”? ¿Qué figuras de éxito empresarial transmiten valores del trabajo en equipo y decisiones de grupo orientadas al bien común? En esta crisis se ensalza más al promotor empresarial con una idea genial que le da éxito y enriquecimiento particular. Hasta en Hollywood se hacen películas sobre tales experiencias (Facebook, Apple...).

También nos proponen figuras deportivas como modelo de comportamiento; y hasta en los deportes de equipo – con un “nosotros” incuestionable – se promueve el icono individual, cuando ninguno tendría éxito de modo independiente. En las redes sociales cobran importancia figuras individuales nuevas que, desde la soledad de su habitación, muestran su vida, se graban y transmiten opiniones sobre temas de los que no son expertos. Da igual, lo importante es que la gente los vea. En situaciones que premian al mejor de una terna de aspirantes (concursos

televisivos, selección de personal, etc.) poco importan las formas de los ganadores para eliminar al resto de competidores.

Cada vez cuesta más encontrar en las imágenes sociales personas que actúen pensando en un “nosotros” colectivo, con conciencia de pertenecer a un grupo y que antepongan el bien común al suyo propio. Dicen que lo hacen por el bien común, pero sus acciones los delatan y muestran algo bien distinto.

Se da esta paradoja: aún cuando la persona humana no puede entenderse ni desarrollarse en soledad y necesita, para ser persona, de sus congéneres, parece que el grupo sólo tiene importancia como algo exterior, que sirve para mostrar al individuo como excepcional. El grupo social se cosifica, en vez de concebirse cada uno a sí mismo como uno más dentro de un grupo de iguales. Así que valores como la cooperación, el trabajo en grupo, la ayuda y la solidaridad, se omiten como modelos.

2. Por otra parte, la sociedad de la información se renueva continuamente con imágenes y situaciones “noticiables” inmediatas, y lo que pasó ayer a la mañana deja de estar “fresco” para el consumo de hoy a la noche (como mucho). El espacio/tiempo para hablar de algo se reduce al mínimo, porque se valora, cuesta dinero y quien genera el producto lo restringe. ¿Cómo ha ido la capa de ozono durante estos 20 años? ¿Dónde están las imágenes de inmigrantes que quieren llegar

a Europa y que inundaron de repente todos los medios? ¿Ya no mueren personas en busca de refugio en las costas de Turquía y Grecia? ¿Se han terminado los problemas en las fronteras de Hungría, Croacia, Serbia...?

Curioso cómo en el parlamento español (que debiera ser espacio de debate político y confrontación dialéctica y con sesiones de amplia duración), sus señorías buscan frases de impacto en titulares o que aparezcan 5 segundos en las televisiones; quieren que sus intervenciones coincidan con los tiempos de máxima audiencia en los noticiarios. Así que la política del eslogan está más extendida que la de ideas y programas.

En el deporte rey, los jóvenes jugadores sueñan con convertirse en figuras del fútbol y buscan “la jugada” o “el regate” del partido, mucho más que mantener su rendimiento y un esfuerzo equilibrado y sostenido durante 90 minutos; no vende igual. Las figuras del fútbol

sociedad en los programas deportivos, mejor que el trabajo sin balón y el esfuerzo por defender y colaborar con su equipo para ganar al adversario.

Los mensajes sociales, culturales, vitales deben venderse en píldoras de baja dosis. “Explica tu idea empresarial en dos minutos”, “preséntate ante la audiencia en 30 segundos”. Contamos con *speed datings* (citas para encontrar pareja) en 5 minutos, *castings* para trabajos artísticos, de modelos u otros, en los que muchos aspirantes no pasan de los 15 segundos, vídeos virales que priman situaciones que no llegan al minuto. Se exalta el “carpe diem” como filosofía única, las dietas “express” para adelgazar en 3 semanas, operaciones quirúrgicas para cambiar el cuerpo en unos minutos... Queremos todo el año en nuestro supermercado las frutas y verduras disponibles para el consumo de hoy; producir para un consumo rápido, acelerar los procesos de crecimiento y controlar sus variables, aunque sea artificialmente.

En semejante escenario social, las acciones que necesitan tiempo para dar fruto son más difíciles: la educación, el trabajo agrícola, las actuaciones sobre la naturaleza. Cuesta “vender” actuaciones en las que no se ve un rédito inmediato.

3. **Y entonces** ¿cómo nos educamos los miembros de esta sociedad en el bien común y en el medio y largo plazo? ¿Cómo aprenden las nuevas generaciones a tomar decisiones? ¿Tienen valor tales prioridades? ¿A dónde nos conduce esta tendencia?

Hemos de trabajar en nuestros ámbitos cercanos (familiares, sociales, educativos) por una toma de decisiones, no sólo basada en consecuencias a corto plazo, sino a largo. Y hay que emplear métodos de actuación y de trabajo que fomenten el espíritu cooperativo, la colaboración, el trabajo en grupo y la empatía.

No es cuestión de que “cualquier tiempo pasado fue mejor”, sino de que suba en la escala de valores el “nosotros”, tan necesario socialmente, y de dar importancia a lo que va más allá del presente inmediato; porque el futuro no existe, pero llegará inexorablemente y es mejor tomar decisiones para construirlo de modo consciente, aunque exija una manera sostenida y con objetivos a medio y largo plazo.



también lo saben y buscan la imagen de un regate especial; será un corte de tiempo repetido hasta la