

Sobre conspiraciones y conspiranoicos II

Sergio López Borgoñoz

Como veíamos en la revista anterior, hay conspiraciones de todos los colores y para todos los gustos: chemtrails, vacunas, transgénicos, llegada a la Luna, cambio climático, energías limpias, holocausto, SIDA... sin embargo, entre todas ellas hay una que llama especialmente la atención, y es precisamente a la que dedica su número de agosto 2011 la revista *Skeptical Inquirer*: La conspiración de los atentados del 11-S en los EEUU.

Una década después

Esta teoría conspirativa nació apenas una semana tras el fatídico día 11, y sigue plenamente vigente, con afirmaciones y sospechas que se han ido perfeccionando y sofisticando con el paso del tiempo. No vamos a dedicar esta sección a recordar los argumentos utilizados por el “Movimiento por la verdad del 11-S” (9/11 Truth Movement) para justificar su existencia, ni mucho menos a desmontarlos, ya que el artículo en cuestión de la revista americana ya se encarga de ello en profundidad¹. Simplemente he tomado esta teoría, que continúa plena de vigor a pesar del tiempo transcurrido desde los atentados, como referente para seguir ahondando en este fascinante tema.

En la revista anterior repasamos algunos de los posibles motivos que subyacen a la creación y difusión de este tipo de teorías que básicamente se centran en satisfacer el ego personal.

Esta vez, sin embargo, vamos a intentar mostrar otro motivo mucho más trascendente y, desde mi punto de vista, peligroso.

Marketing y responsabilidad

Hace unos años realicé un master de Marketing en una prestigiosa escuela de negocios de Barcelona, y aprendí principalmente dos cosas: la primera es que el marketing no es más que la aplicación del sentido común en su vertiente más

esencial, pero barnizándolo con nombres rimbombantes. La segunda es un aspecto crucial del marketing y que generalmente se malinterpreta: las necesidades no se crean, están latentes en el individuo. Cuando alguien adquiere un producto aparentemente inservible, no es que le hayan creado esa necesidad, sino que está cubriendo alguna que poco o nada tiene que ver con la utilidad práctica del aparato en cuestión. La necesidad satisfecha puede estar relacionada con la necesidad de superación social, de autoestima, de competencia personal, etc. En realidad, el marketing consiste en satisfacer este tipo de necesidades, con productos de cualquier índole (no hay más que ver cualquier anuncio para darse cuenta de qué es en realidad lo que nos están ofreciendo a cambio de nuestro dinero).

Volviendo al tema de la presente sección, y relacionado con lo anteriormente expuesto, podemos identificar un íntimo problema humano que todos necesitamos resolver y satisfacer de una manera u otra, esto es, cómo afrontar nuestra responsabilidad individual cuando tomamos decisiones implicantes.

Tomar decisiones a bruma: por una parte, obliga a pensar en las opciones posibles, evaluarlas, y decantarse por alguna de ellas. Implica un esfuerzo que no todos están dispuestos a asumir. Por otra parte, implica también responsabilizarse de las consecuencias que pueden conllevar. Si nosotros no tomamos las decisiones, los posibles errores y consecuencias serán efectivamente atribuidos a otros, o al destino, o a la suerte o a cualquier otro factor o entidad, y nosotros no tendremos que cargar con la responsabilidad de haber tomado la decisión equivocada, y tampoco habremos invertido esfuerzo en tomarlas. Seguir las decisiones de otros permite beneficiarse de las correctas, y cargar a esos otros la culpa de las incorrectas. Genial ¿no?

Así tratado, creo que resulta fácil identificar que temas tan aparentemente dispares como conspiraciones, religiones, extraterrestres, supersticiones... tienen mucho que ver entre sí, ya que todos son diferentes aspectos del mismo problema humano.



El factor común de todas estas entelequias es que nuestro destino no nos pertenece. Está escrito o en manos de vete-a-saber-quién y, por tanto, poco o nada podemos hacer para variarlo.

¿Qué más da que sea un dios omnipotente y omnisciente (o varios, en función de cada religión) ... o un grupo de mag-nates que manejan en la sombra los hilos de la sociedad... o unos extraterrestres que controlan la evolución del *Homo sapiens* sin que nos apercibamos de ello, o fuerzas ocultas y misteriosas que rigen nuestro destino?

La disonancia cognitiva

En la toma de decisiones, (la renuncia a tomar decisiones es también una decisión que supone un coste en sí misma) es también muy importante el efecto de la disonancia cognitiva. Cuando hay un esfuerzo o se produce un coste, lo consistente es que a este costo o penalidad le siga una recompensa apreciable. Toda persona busca el éxito, que no es otra cosa que la recompensa ante el esfuerzo. Por el contrario, el fracaso es disonante; ocurre cuando al esfuerzo o costo no le sigue la recompensa. En estos casos, el individuo puede reducir la consiguiente disonancia buscando otra posible recompensa futura: sólo se aprende del error, esto servirá para evitar futuros errores... Otras veces, cuando se ha elegido una alternativa que no ha resultado lo satisfactoria que se pensaba, se pueden encontrar ventajas que antes no se habían detectado. Por eso, después de una compra importante, el comprador suele valorar mejor el producto adquirido que antes de la compra.

La motivación para la reducción de la disonancia se debe a la tensión psicológica que un individuo tiene que soportar cuando su sistema cognitivo presenta una gran disonancia o incoherencia interna. Por ejemplo, una persona con valores y

creencias morales inculcadas desde su infancia puede verse involucrado en acciones que él mismo rechazaría (guerras, muertes, torturas...), por lo que se ve motivado a introducir valores superiores que justificarían su actitud: la defensa de la Patria, el evitar males mayores, etc.

Muy pocas personas son realmente inmunes a este tipo de argumentos. ¿Quién no se ha justificado a sí mismo alguna vez por no haber dado una limosna al mendigo, o por no haber contribuido en alguna cuestación humanitaria para algún país africano, alegando que el destino de nuestra aportación sería distinto y sería gastado en vicios, o contribuiría a enriquecer a algún dirigente del tercer mundo?

En el caso de conspiranoicos o creyentes en general, el mecanismo que permite reducir la disonancia cognitiva por la renuncia a plantearse una cosmogonía coherente es quejarse y denunciar la existencia de conspiraciones (o tropas alienígenas, qué más da), o apelar a la inescrutabilidad de los designios de un ente divino que vela por nosotros y sabe lo que nos conviene.

Las consecuencias

Sin embargo, las teorías conspiranoicas (por centrarnos en el objeto de la sección) no son inocentes. No son un simple juego divertido para creerse más listo que los demás. La difusión de este tipo de teorías puede conllevar consecuencias sociales importantes, como pueden ser:

-Desconfianza en las instituciones públicas. Si creemos que nuestro gobierno (y no sólo el nuestro, sino todos) no es más que un pelele a las órdenes de no-se-sabe-exactamente-quién, que o bien actúa engañado o, aún peor, colabora y es cómplice de los engaños... ¿Qué se podrá esperar de un estado de derecho que evidentemente estará diseñado para favorecer a unos pocos y perjudicar a la gran mayoría de ciudadanos? ¿Por qué tendríamos que respetarlo y educar a nuestros menores en este marco?

-Desconfianza en la ciencia. Si llegamos a asumir que las farmacéuticas criminales nos están causando las enfermedades para luego poder vendernos los medicamentos, y además están engañándonos con respecto a enfermedades como el SIDA, e insisten en que nos vacunemos a pesar de los grandes riesgos que conlleva con tal de poder enriquecerse con las vacunas... ¿Por qué deberíamos acogernos a las campañas de vacunación (con el riesgo que supone para los niños ya vacunados que exista un número elevado de niños no vacunados)? ¿Por qué los estados deben aceptar tratamientos retrovirales para SIDA (el departamento de salud de Sudáfrica rechazó este tratamiento por no aceptar criterios científicos)? ¿Por qué aceptar alimentos genéticamente manipulados (el gobierno de Zambia, inmerso en una hambruna, rechazó una partida de estos alimentos remitida por los EEUU)?

-Desconfianza en la lógica. Cuando percibes que la lógica deja de ser una herramienta útil para conocer el entorno, ya que todo está distorsionado y manipulado para engañarnos, mucha gente podría renunciar (de hecho lo hace) a razonar críticamente.

-Desconfianza en el ser humano. ¿De qué sirve actuar para cambiar las cosas, cuando no podemos hacer nada, hagamos lo que hagamos? Si el futuro está escrito, o manipulado, sólo podemos resignarnos.

1- Y, cómo no, el artículo que ilustra la portada del nº 35 de *El Escéptico*.