

La política del engaño

Hace poco tiempo descubrí que el principal asesor de Pedro Sánchez, Diego Rubio, escribió su tesis en Oxford, bajo el título «La ética del engaño. Secreto, transparencia y engaño en los orígenes del pensamiento político moderno». Un trabajo brillante y lleno de interés según he constatado leyéndolo al que antepone la cita del antropólogo Claude Lévi-Strauss, en su obra *Tristes Tópicos*: «Básicamente, no se trataba de descubrir qué era verdadero y qué era falso, sino de comprender cómo la humanidad había superado gradualmente sus contradicciones».

En sus hipótesis de partida, Rubio sostiene que: «El engaño está entretelado en el tejido mismo de la naturaleza. El mundo está plagado de virus, plantas y animales que utilizan el mimetismo, el camuflaje y otros trucos tácticos como parte de sus estrategias evolutivamente estables para sobrevivir».

«Las personas no son una excepción. Los estudios psicológicos y sociológicos revelan que el engaño es un atributo inherente a la comunicación humana y, como tal, es omnipresente en nuestras interacciones sociales y nuestra cultura. Nos engañamos unos a otros a diario. Y, curiosamente, las encuestas sugieren que, en la mayoría de los casos, no lo hacemos por motivos egoístas, sino para beneficiar a otros miembros de nuestro grupo (es decir, para evitar el sufrimiento innecesario de un amigo, para consolar a un enfermo, para educar a un niño)».

De ahí desarrolló un estudio histórico, a la par que filosófico práctico y sociológico, de los distintos tratados que en los comienzos del tiempo moderno ha ido aceptando la mentira como base de la política moderna. Su análisis más importante se centra en: ¿cómo se moldeó la función del engaño en los sistemas éticos, en las teorías políticas, en los hábitos sociales y, en última instancia, en la cultura de Occidente en los primeros siglos del tiempo moderno (ss. XVI y XVII)?

Su estudio más nuclear se centra en distintos tratados que, entre 1595 y 1700, aparecieron en la Península Ibérica y que legitimaban el uso político del engaño, exploraban sus límites y las mejores formas de llevarlo a cabo. Muchos de estos tratados tuvieron amplia difusión en Europa, traducidos a distintas lenguas y ampliamente leídos en el continente y, como Rubio muestra «ejerciendo una influencia decisiva en la formación del pensamiento político moderno». Sostiene que ese éxito «se debe principalmente a la capacidad de los autores ibéricos para armonizar el realismo político de Maquiavelo con la moral flexible de la casuística, lo que les permitió justificar el engaño dentro de los márgenes de la ortodoxia católica».

Plantea conclusiones como estas:

«La falsedad no es, salvo en el sentido más formal, una mera discrepancia con un hecho. Es en sí misma una agencia activa y creativa».

«La capacidad humana para mentir, para cambiar la reciprocidad entre las palabras y el mundo, ocupa un lugar central en grandes obras literarias».

La conclusión final a la que llega es que «la sociedad moderna no inventó el engaño, pero sí popularizó ciertas formas de este al reconocerlas como parte intrínseca del mundo, el lenguaje y las relaciones humanas». Realmente Diego Rubio ejecuta un trabajo de rigor y sumamente sugestivo, pero, lo mejor, es que lo lleva a la praxis en el día a día de Pedro Sánchez; lo ha convertido en un maestro del engaño sin parangón.

Los conocimientos de Rubio sumados a la atmósfera cultural dominada por la llamada «*posverdad*» consiguen unos resultados extraordinarios que nos atrapan en un bucle de corrupción, dictadura de minorías y autoritarismo, por parte del actual gobierno, que desmoraliza al ciudadano medio en su cotidianidad. La *posverdad* es, según la RAE, «una banalización de la mentira», «una distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales». Es un predominio de la «mentira emotiva» que implica que los hechos objetivos tienen menos impacto que los argumentos emocionales y autopercepciones y que construye un discurso con la finalidad de crear y modelar la opinión de las personas e influir en su conducta.

Uno de los últimos ejemplos, quizás la más gran actuación de Pedro Sánchez en su ejercicio ha sido su comparecencia ante el Senado. Se calzó, el buen hombre, unas gafas retro de Dior, montura de carey y patillas metálicas, de unos 300 euros aproximadamente, para quitárselas y ponérselas (mientras leía y respondía sin responder) distraendo a sus señorías, tal vez, porque su asesor principal le aconsejó añadir el detalle para descolocar al adversario. De hecho, Rubio dedica una parte de su trabajo al disimulo con gestos y ropajes: los escritores de la Edad Moderna sabían que el engaño no era exclusivo de la comunicación verbal, «pudiendo también simularse o fingirse en las acciones»: los tratados explicaban al príncipe cómo disimular, «suavizando y componiendo su rostro», así los sonados maquillajes de Pedro Sánchez.

Asimismo, aquellos tratadistas modernos que estudia Rubio: «consideraban que el príncipe estaba exento de estas reglas y le permitían cambiarse de ropa para ocultar su identidad (para disimular su propia persona), para escapar del peligro o «explorar y desvelar con disimulo el estado de opinión y preferencia de sus [súbditos y] ministros»; «era un truco muy inteligente utilizado por muchos príncipes y elogiado por los historiadores».

Por esto no parece probable que fuese la presbicia el motivo de las gafotas de Sánchez, a pesar de las muestras de envejecimiento prematuro que manifiesta en su físico. Es cierto que precisaba leer aquí y allá con celeridad, entre tanto papel que llevaba, para manejarse con sus evasivas y respuestas inveraces, a las amables preguntas de sus Señorías.

Lo peor es que nuestros senadores sí quedaron desconcertados, no cayeron en la cuenta de dar la vuelta a la situación dado que la gafotas vintage le aportaban un aire entre ridículo y siniestro. Parecía un villano de telefilm de los ochenta con un ligero toque kitsch y no apelaron a la ridiculez del presidente.

Cabría haberle preguntado por las gafas directamente: ¿Dónde se las ha comprado? ¿Qué marca son? ¿Cuánto cuestan? Incluso habrían cabido opiniones asertivas como esta: ¡Señor presidente, gafitas cuatro ojos, qué gafas tan horribles lleva usted! ¡Qué poco gusto!

Cierto que las cosas están para poca broma, pero cuando hemos llegados a este punto tan crítico, hay momentos en los que es mejor reír que llorar.