TIEMPO ORDINARIO – DOMINGO XX C

(18-agosto-2019)

Jorge Humberto Peláez S.J.
jpelaez@javeriana.edu.co

La Palabra de Dios no está sometida a los estudios de mercado

- ✓ Lecturas:
  - Jeremías 38, 4-6. 8-10
  - Carta a los Hebreos 12, 1-4
  - Lucas 12, 49-53

- ✓ La temperatura política ha subido sensiblemente en Colombia por el debate electoral en curso. Los candidatos siguen con mucha atención los estudios de marketing electoral que muestran los índices de favorabilidad de quienes están compitiendo, y con ansiedad buscan identificar cuáles son los temas que interesan a los ciudadanos para hablar sobre ellos y hacer promesas que después serán ignoradas. Con la ayuda de expertos en comportamiento electoral detectan las rabias y frustraciones de los ciudadanos para atizarlas y así consolidar su base electoral.

- ✓ En pocas palabras, pretenden acertar con el lenguaje *políticamente correcto*. En el mundo de los procesos electorales, hablar de lo *políticamente correcto* nada tiene que ver con la ética. Lo correcto es lo que es útil para llegar al poder.

- ✓ Pues bien, la liturgia de este domingo nos ofrece dos textos bíblicos que nos hacen reflexionar sobre qué es lo *políticamente correcto* en lo referente a la proclamación de la Palabra de Dios:
  - La primera lectura nos muestra al profeta Jeremías en una situación bastante complicada porque su anuncio no había sido del agrado de los dirigentes políticos. Leamos el texto: "Cuando Jeremías anunció la caída inminente de Jerusalén, los notables dijeron al rey: Hay que matar a ese hombre, pues con semejantes discursos está

desmoralizando a las tropas que quedan en la ciudad y a toda la población. Él no busca el bien sino el mal del pueblo". El anuncio de la Palabra de Dios por parte del profeta había incomodado a los poderosos, quienes pidieron su cabeza.

- El evangelista Lucas reproduce unas palabras de Jesús a sus discípulos que siguen causando profundo malestar en ciertos sectores de la sociedad: "Yo vine a encender fuego en el mundo, ¡y cómo deseo que ya estuviera ardiendo! ¿Piensan que vine a traer tranquilidad al mundo? Les aseguro que no: yo vine a traer divisiones".

✓ Estos dos textos contienen mensajes que impactan. Surgen, entonces, preguntas sobre la forma y contenido del anuncio evangelizador de la Iglesia. ¿Cuál es el foco al que debe apuntar?

✓ Ya vimos cómo para los políticos es esencial conocer las percepciones del electorado para estar en la misma longitud de onda. Por eso cada día importan menos los discursos programáticos y cobra mayor importancia la manipulación de los sentimientos.

✓ En el mundo de los negocios funciona la misma lógica. Por eso las Facultades de Administración y de Comunicación afinan los instrumentos estadísticos que permiten identificar las necesidades o deseos de los consumidores para luego satisfacerlos mediante productos y servicios. Sería un suicidio económico ofrecer algún producto o servicio sin haber realizado un estudio de mercado. Los expertos saben muy bien que no sólo es posible identificar nichos de mercado; también es posible crearlos. Alrededor de fiestas tan significativas como la Navidad o el Día de la Madre se desarrolla una potente estrategia de ventas.

✓ ¿Debemos permitir que esta lógica de los *estudios de mercado* se haga presente en todos los ámbitos de la vida?

- ¿Qué pasaría si los padres de familia establecieran las pautas educativas a partir de las *caritas sonrientes* o de los *likes* de las

redes sociales? Habría licencia para comer chocolates a cualquier hora del día, uso ilimitado de los teléfonos celulares y de las tabletas, desconocimiento de las normas básicas de urbanidad.

- ¿Qué pasaría si los planes de estudio de los colegios y universidades quisieran satisfacer los gustos de los jóvenes y acomodarse a las tendencias? Desaparecerían los cursos de Matemáticas, Estadística y Macroeconomía, que serían reemplazados por Fútbol I, II y III, y por Salsa I, Bachata II y Reguetón III.

✓ Estos ejemplos, un poco exagerados, nos hacen caer en la cuenta del absurdo que implica querer ser complacientes en todo y seguir la corriente dominante. En muchas circunstancias de la vida tenemos que asumir posiciones que podrían ser consideradas impopulares y *políticamente incorrectas*. Los padres de familia tienen que establecer límites para sus hijos. En nombre del libre desarrollo de la personalidad, las autoridades no pueden ser tolerantes con comportamientos que significan un peligro para los niños y los jóvenes. En nombre de la libertad de expresión no se puede injuriar y calumniar impunemente a través de las redes sociales.

✓ Regresemos a los dos textos bíblicos que están en el centro de nuestra meditación:

- El profeta Jeremías dijo lo que tenía que decir, a sabiendas del precio que tendría que pagar.
- Con su predicación, Jesús denunció la hipocresía de los dirigentes religiosos de Israel quienes, finalmente, lo llevaron a la cruz, pensando que así pondrían punto final a las incomodidades que les causaba. Pero no contaban con la sorpresa de la resurrección.

✓ La Iglesia, fiel a su misión, debe proclamar la Palabra de Dios sin tener en cuenta los *estudios de mercado* ni las tendencias de las redes sociales, sabiendo que sus posiciones provocarán las críticas de sus adversarios. Un claro ejemplo de este contrapunteo entre la Iglesia y los poderes dominantes han sido los pronunciamientos de la Doctrina Social. La

Iglesia ha asumido la defensa de los débiles, ha dado la batalla por los derechos fundamentales de los seres humanos empezando por el derecho a la vida, ha denunciado los atropellos de los sistemas políticos y económicos. En los últimos años ha hecho pronunciamientos muy fuertes en defensa del medio ambiente y ha levantado su voz en favor de los migrantes.

- ✓ Igualmente, los llamados de la Iglesia en defensa de la familia han encontrado un agresivo rechazo por parte de organizaciones sociales que defienden una autonomía absoluta que hace saltar en mil pedazos la familia como núcleo esencial de la vida social.

- ✓ En síntesis, los *estudios de mercado*, tan útiles en el mundo de la política y de los negocios, no son pertinentes cuando hablamos de la proclamación de la Palabra de Dios y de la defensa y promoción de los derechos fundamentales del ser humano. No se trata de tener una mayor aceptación social; no se trata de obtener el aplauso fácil en las redes sociales. No se trata de un anuncio que sea *políticamente correcto*. La Palabra de Dios se proclama para sacarnos de la zona de confort en que vivimos, sacudirnos de la mediocridad y cuestionar aquellos comportamientos que se justifican porque todos lo hacen. Se trata de sembrar las bienaventuranzas, que no son un asunto de aceptación fácil por los colectivos sociales.