

*Ariel*

Kevin Dutton

# BLANCO O NEGRO

Cómo vencer al cerebro y  
escapar del pensamiento  
binario



A LA VENTA EL 17 DE NOVIEMBRE

AUTOR DISPONIBLE PARA ENTREVISTAS

**Vivimos en un mundo dividido.  
Miremos donde miremos, nuestras mentes  
cuadrículadas trazan líneas fronterizas.**

PARA AMPLIAR INFORMACIÓN, CONTACTAR CON:  
Itziar Prieto (Responsable de Comunicación Área Ensayo)  
659 45 41 80/ [iprieto@planeta.es](mailto:iprieto@planeta.es)

## SINOPSIS

Es propio del ser humano clasificar, discriminar y enmarcarlo todo en un pensamiento binario: blanco o negro, luz u oscuridad, ellos o nosotros. Este instinto de ordenar y categorizar erosiona nuestra capacidad para ver la variedad infinita de colores que definen el mundo. En lugar de relacionarnos con quienes son diferentes, solemos vincularnos con quienes son parecidos a nosotros; en vez de desafiar nuestra visión de las cosas, básicamente nos esforzamos en afianzar lo que creemos. El resultado es que las posturas polarizadas son cada vez mayores y más peligrosas: el Estado Islámico, la ultraderecha, el Brexit...

*Blanco o negro* es una llamada de alarma. En medio de una ola creciente de intolerancia cultural y extremismo político, y después de una pandemia global, este libro nos muestra que, si somos capaces de observar nuestra historia evolutiva y comprender el funcionamiento binario del cerebro, podremos superar la tendencia a agrupar, etiquetar y encasillar todo lo que nos rodea, y de ese modo tomar decisiones mucho más sutiles y menos radicales.

## EL AUTOR



**KEVIN DUTTON** es doctor en Psicología y miembro de la Royal Society of Medicine y la Society for the Scientific Study of Psychopathy. Durante las dos últimas décadas ha trabajado como investigador en las universidades de Oxford y Cambridge. Sus obras han sido traducidas a más de veinte idiomas y colabora en medios como *Scientific American*, *New Scientist*, *Psychology Today*, *The Guardian*, *The Times*, *Slate*, *The Washington Post*, *The Wall Street Journal*, *Newsweek*, *The New York Times* y *USA Today*. Además de sus compromisos académicos, asesora con regularidad a deportistas de élite, empresarios y miembros del sector militar. En Ariel ha publicado *La sabiduría de los psicópatas*, galardonada con el premio Best American Science and Nature Writing.

## EXTRACTOS DE LA OBRA

«**Vivimos en un mundo dividido.** Miremos donde miremos, encontramos líneas divisorias. De manera muy evidente, los países cuentan con fronteras. A un lado nos encontramos “nosotros”. Al otro lado, “ellos”. En las ciudades hay distritos y barrios. Pero en la vida cotidiana, **las líneas que trazamos nosotros son infinitas.** Trazamos líneas basadas en la raza. Aquí, en el Reino Unido, trazamos incluso líneas basadas en Europa. Dentro o fuera.

Nuestros cerebros vienen equipados con una paleta de formatos. Nuestro rico pasado evolutivo nos ha preparado para trazar líneas. Pero ¿cómo podemos estar seguros de que esas líneas que trazamos son precisas? ¿Y cómo sabemos dónde debemos colocarlas? Simplemente, la respuesta es que no podemos estar seguros y que no lo sabemos. **No tenemos manera de saber,** carecemos de medios que nos proporcionen la certeza *de que las líneas que estamos trazando son acertadas.* Y aun así nos sentimos impulsados a trazarlas. Porque el mundo es un lugar complicado y **esas líneas hacen que las cosas resulten más fáciles y factibles.** Y lo “factible” es algo que nos encanta. A modo de ejemplo, tomemos las calificaciones medias de un alumno. En el mundo académico, las notas se otorgan según dónde se ubican las calificaciones medias de un alumno en su último año de estudios dentro de un espectro de calificaciones predeterminadas. Por una parte, se trata de algo perfectamente razonable, pero, por otro lado, es algo estadísticamente impresionista. ¿Tiene verdadero sentido decir de un alumno que tiene una “mente de primera clase” y no decirlo de otro solo porque el primero ha obtenido una puntuación media de 70 y el otro de 69?

Se trata de una pregunta que no solo rezuma atractivo filosófico, sino que también tiene implicaciones prácticas. A los alumnos con las calificaciones más altas se les presentan oportunidades que no están al alcance de los que obtienen calificaciones inferiores. Un punto por encima o por debajo de una nota de corte puede suponer seguir estudiando o, académicamente hablando, significar el fin del viaje. Pueden romperse sueños, echarse a perder perspectivas profesionales. Y a veces de manera bastante literal. Como parte de la estrategia para frenar el avance del coronavirus, en marzo de 2020 el gobierno británico instó a los mayores de setenta años a no salir de casa para protegerse de la enfermedad. Cuando se trata de exámenes, más de setenta (puntos) te abre las puertas. Cuando se trata del coronavirus, más de setenta (años) te las cierra.

Pero **como suele decirse, hay que poner el límite en algún sitio.** Y así lo hacemos. Tormentas, drogas, cárceles, amenazas terroristas, pandemias... **Sea lo que sea, lo categorizamos. Recurrimos a números, letras, colores, cualquier cosa que tengamos a mano. Porque una línea trazada es una decisión tomada. Y la vida está llena de decisiones.**

Así pues, **Blanco o negro trata del orden.** O, mejor dicho, trata de la ilusión del orden. Tiene que ver con el hecho de que las líneas que trazamos en el desierto de la realidad ininterrumpida se evaporan como espejismos cognitivos cuanto más nos concentramos en sus formas quiméricas, efímeras. **Hace mucho tiempo, en las épocas de nuestros antepasados prehistóricos, nuestros cerebros estaban nuevos, por estrenar.** Funcionaban muy bien, eran muy eficientes y estaban exquisitamente adaptados a su propósito. [...]»

«[...] Si avanzamos hasta el presente, nuestro cambio de *look* psicofísico está completo. Nosotros, los seres humanos, venimos equipados de serie con al menos seis sentidos primarios y, probablemente, muchos más: cinco de ellos están diseñados para monitorizar lo que ocurre en el mundo exterior —vista, tacto, olfato, gusto y oído—, y uno más, la autopercepción, que

está orientado al mantenimiento de un equilibrio interno estable mediante un caudal constante de informaciones neurológicas coordinadas sobre el movimiento y la posición corporal.

De esos seis sentidos básicos, la visión es, con diferencia, el que domina, pues se ocupa de un 70 por ciento de todo lo que recibimos por vía sensorial. Por algo será. A lo largo de nuestra historia evolutiva, una representación precisa del tamaño, la forma y el movimiento de los otros seres vivos que nos rodean sería esencial para nuestra supervivencia; como también lo sería, tal como aún le ocurre a la ameba, la sensibilidad al brillo y al contraste. Para nuestros antepasados prehistóricos, la aparición repentina de una sombra en la pared de una cueva, en la superficie de una masa de agua o en un terreno seco y abra-sado por el sol de la sabana desencadenaba dos consideraciones elementales: 1) ¿Es algo que voy a poder comerme esta noche?; 2) ¿es algo grande, fuerte y afilado que pretende comerme para la cena?

**Luz y oscuridad. Blanco y negro.** Tres mil quinientos millones de años desde la ameba hasta el neandertal. Visto en perspectiva, la cosa no cambió demasiado. Pero después, claro está, todo cambió. A una escala temporal paleontológica, podría decirse que **todo cambió de la noche a la mañana. Con la aparición de la consciencia y el advenimiento del lenguaje y la cultura**, las metas del avance humano no solo se movieron, sino que se llevaron muy lejos y volvieron a montarse en un campo de juego evolutivo totalmente distinto. De pronto, el blanco y negro —la luz y la oscuridad— estaba desfasado. **Era el gris el color en el que había que pensar.** [...] »

«Todo ello nos deja en una situación comprometida: remontando el arroyo gris con los remos blancos y negros más rudimentarios. **Avanzamos agrupando, etiquetando, encasillando, y adoptamos unas decisiones irracionales y nada óptimas solo porque nuestro cerebro creció demasiado deprisa.** Porque se volvió demasiado listo demasiado deprisa, antes de tiempo. Más que gradaciones, realizamos categorizaciones. Más que integrar, polarizamos. Y exageramos y caricaturizamos la variación en lugar de hacer hincapié y acentuar la similitud. [...] »

«Descubrimos que el modo por defecto del cerebro, **la categorización binaria del mundo en “o esto o aquello”, es algo que recorre todos los aspectos de nuestras vidas**, que se aplica a todas las decisiones que tomamos o los juicios que emitimos, y que supone el legado cognitivo más destacado de la lucha salvaje y heroica de nuestros antepasados para superar las adversidades y sobrevivir en los campos despiadados y mortíferos de la prehistoria. Basándose en ideas de muy diversa procedencia, desde la ciencia forense hasta la neurociencia social y cognitiva, y tanto en dinámicas intergrupales como en esas zonas de sombra, acaloradamente cuestionadas, que se arremolinan entre las fronteras del lenguaje, la atención y el pensamiento, **Blanco o negro plantea una síntesis única y reveladora de las ciencias cognitiva, evolutiva y de la persuasión.**»

«**“Ahí fuera” todo se asienta sobre un continuo:** las calificaciones académicas, el color de la piel, e incluso, a pesar de esas votaciones binarias de los tarros de mermelada, nuestra preferencia por los gatos o los perros. **Ahí fuera todo es gris.** Pero a fin de encontrarle sentido a la realidad, a fin de que podamos determinar cómo su gran cantidad de elementos distintos se relacionan e interactúan los unos con los otros, **debemos ser capaces de diseccionar ese continuo amorfo, no estructurado, en secciones autocontenidas más pequeñas, más definidas, del tamaño de bocados.** Debemos trazar líneas en el gris interminable del mundo para crear un damero ilusorio sobre el que podamos movernos, sentir y razonar como piezas racionales y pensantes de ajedrez, de una manera ordenada, predecible, basada en reglas. [...]»

«El ajedrez funciona porque el tablero es blanco y negro. **La vida funciona porque nuestro cerebro es blanco y negro. Pero la sabiduría radica en el conocimiento del gris;** en la

comprensión profunda de que si bien, en tanto que grandes maestros cognitivos, estamos destinados a participar en este juego, los cuadrados del tablero y, de hecho, el tablero mismo, no existen. Grabada en blanco y negro aparece la verdad más antigua, más simple, más poderosa que existe. [...]»

## GESTIONAR EL CATÁLOGO DE LA VIDA

«**La capacidad humana para categorizar es tan vieja como las colinas.** De hecho, sin ella, estrictamente hablando, no tendríamos “colinas”, porque eso, como sabemos hoy, constituye una categorización en sí misma. Del mismo modo, tampoco podríamos decir “vieja”, porque “vieja” también supone una categorización. **Sin la capacidad de categorizar, todos los libros de la laberíntica biblioteca de la vida se alojarían sin ningún orden concreto,** en estantes aleatorios, destartalados, sin el menor concierto ni motivo para encontrarse ubicados de una manera o de otra. Cada vez que tuviéramos que encontrar un volumen nos sentiríamos compelidos, en un mar sin costuras en el que todo sería lo mismo, a empezar nuestra búsqueda partiendo de cero. Quizá tuviéramos las palabras para “zanahoria”, “pepino” o “calabacín”. Pero sin la capacidad de categorizar esos productos como “alimentos”, no tendríamos la menor idea de qué hacer con ellos. No sabríamos si comérmolos, fumárnoslos o escribir con ellos. Todo sería cuestión de prueba y error, se derivaría de los primeros principios. La predicción sería directamente imposible. **Sin la capacidad de describir, distinguir y discriminar, el mundo tal como lo conocemos sencillamente dejaría de existir. Todo significaría algo y nada al mismo tiempo. Todo a la vez sería igualmente importante y nada importante.** Y como todo destacaría, nada destacaría.»

«**El principio que subyace a la necesidad de categorizar es el mismo en todos nosotros. Se trata de una necesidad fundamental de domar la incertidumbre silvestre del mundo;** aplacar el gris en un blanco y negro domesticado. Nos vemos impulsados, por la necesidad de simplificación, a eliminar la ambigüedad de lo que hay “ahí fuera” y a asimilar su arbitrariedad infinita al espacio finito, sistematizado de las estanterías de lo que hay “aquí dentro”: a los cubículos codificados de matices cada vez mayores que se encuentran alojados en lo más profundo de nuestros cerebros. Sin embargo, oculto en el interior de ese proceso de categorización forense acecha un dilema fundamental: ¿cómo sabemos cuándo hemos de parar? ¿Cómo sabemos cuándo es suficiente, cuándo hemos alcanzado el punto que se encuentra ya en el otro extremo del espectro de lo ordenado-desordenado a partir del cual nuestros estantes ya están clasificados de manera óptima, y en que seguir más allá en la categorización se convierte en algo poco práctico y contraproducente?

Para los verdaderos bibliotecarios, la cuestión entraña poca dificultad. Un análisis detallado de los índices de citación bibliográfica, sumado a los procedimientos sistemáticos de referencias cruzadas, les permite identificar, con ayuda de fríos, implacables y reductores algoritmos, el punto exacto en la espiral de especialización a partir del cual se seca el pozo del matiz permanente.

Pero ¿y el resto de nosotros? **La división de las realidades compartimentadas en estantes óptimamente cargados de categorías diferenciadas es algo que anticipa unas consecuencias profundas,** de largo alcance, en más áreas de nuestras vidas de las que quizá seamos conscientes.»

## EL NÚMERO SIETE

«El siete es un número mágico, eso es algo que se oye a menudo. Pero ¿hay algo de verdad en esta afirmación? Si te interesa la ciencia de las categorías, parece que, en efecto, podría haberlo. Pensemos un momento en lo siguiente: **existe una variedad de colores infinita en el mundo** y, sin embargo, **¿cuánta de esa amalgama de luz blanca de toda la pifata electromagnética se muestra tras una deconstrucción? Solo siete colores:** rojo, naranja, amarillo, verde, azul, índigo y violeta. A lo largo de los años se han ladrado, roncado, maullado y mugido infinidad de notas musicales, y sin embargo (al menos en el mundo occidental), **¿cuántas notas musicales básicas —sostenidas, bemoles, octavas— están disponibles para su uso? Solo siete: do, re, mi, fa, sol, la y si.**»

El rostro humano es capaz de producir centenares de microexpresiones distintas. A pesar de ello, la investigación etnológica llevada a cabo en todos los confines del mundo ha demostrado que **solo siete emociones son reconocidas universalmente en todas las culturas: alegría, tristeza, ira, asco, miedo, sorpresa y desprecio.**

**Los babilonios nos dieron la semana de siete días**, de la que se apropiaron los antiguos judaicos del Génesis para acotar la historia de la Creación. Y después está la cultura popular: **las siete maravillas del mundo, Blancanieves y los siete enanitos, Los siete magníficos... »**

«En la década de 1950, el psicólogo de Harvard George Miller proporcionó la respuesta a esta pregunta en lo que, de hecho, supuso la primera demostración empírica de un fenómeno hoy universalmente aceptado por casi todo el mundo en las ciencias cognitivas y considerado oro puro psicológico. Mediante una serie de experimentos, **Miller demostró que el número de cosas que el cerebro puede almacenar en la base de datos de la memoria a corto plazo, en un determinado momento, es limitado. Y el número que marca el límite, sí, lo has adivinado, es el siete, con un margen de  $\pm 2$ .**»

«Lo que suscita una pregunta obvia. Ese número siete “mágico”, como el propio Miller lo describía en el título de su artículo seminal, **¿representa el número óptimo de categorías para todo, sea cual sea la composición de esa variedad, o la naturaleza de esas alternativas?**

**La respuesta, en gran medida, es sí** (al menos en lo que respecta a nuestros juicios y toma de decisiones). En psicometría, por ejemplo, **entre el cinco y el nueve (siendo siete el número intermedio) representa, según la mayoría de los estudios, el número óptimo en las gradaciones numéricas de las puntuaciones:** 1. totalmente de acuerdo; 2. bastante de acuerdo; 3. moderadamente de acuerdo; 4. ni de acuerdo ni en desacuerdo; 5. moderadamente en desacuerdo; 6. bastante en desacuerdo; 7. totalmente en desacuerdo. Se cree que el número siete ofrece un equilibrio perfecto entre la sensibilidad para, por una parte, distinguir diferencias sutiles pero importantes en la variable que se está midiendo y, por otra, la simplicidad en la respuesta.

En el análisis de las piezas constructivas fundamentales y de las características básicas que nos definen como seres humanos y como las sociedades en las que vivimos, **los criterios esenciales rara vez exceden de siete dimensiones. La estructura de la personalidad, por ejemplo, puede reducirse a cinco variables clave:** apertura a la experiencia, consciencia, extraversión, disposición y tendencia neurótica, **mientras que las dimensiones sociológicas sobre las que las culturas pueden variar se reducirían a solo seis:** distancia al poder, evitación de la incertidumbre, individualismo frente a colectivismo, masculinidad frente a feminidad, orientación a largo plazo frente a orientación a corto plazo, e indulgencia frente a restricción.»

«**Lo blanco y negro es bueno, pero no si se presenta en más de siete tonos.**»

## EL PRINCIPIO DEL VISOR

«A veces, en la vida, es bueno estar solo. A veces es bueno dejar entrar a otras personas. A veces es bueno centrarse en los detalles más mínimos, acercarse mucho a ellos, secuencialmente, de uno en uno. A veces es bueno retroceder unos pasos para captar mejor la imagen general.

**La clave está en dónde activamos el visor.»**

«El pensamiento en blanco y negro es complejo y presenta muchas caras. [...] »

«En el Reino Unido, conducir o intentar conducir con una tasa de alcoholemia superior al límite de 0,08 por ciento de concentración de alcohol en sangre es ilegal. Si soplas en el alcoholímetro y el resultado es 0,08 por ciento, no te pasa nada. La luz se mantiene en verde, regresas a casa conduciendo y te sirves otra copa. Si, en cambio, el resultado es 0,09 por ciento, sí te pasa algo. Se enciende la luz roja. Te meten en el furgón policial y te tomas un café en la comisaría. Ese insignificante 0,01 por ciento marca la diferencia, no solo en el giro que va a dar tu noche, sino quizá en el que dará tu vida. Es posible, por ejemplo, que no estuvieras de camino a casa. Podrías haber estado conduciendo para estar junto a la cama de tu esposa, o tu pareja, que estaba a punto de dar a luz a vuestro primer hijo. O que estaba a punto de exhalar su último suspiro. Por un margen tan ajustado, unas consecuencias tan perdurables, tan importantes.

Pero ¿podría ser de alguna otra manera? Imagínate a dos personas que conducen una noche por una carretera de dos carriles por sentido y que la policía los para y los somete a sendos test de alcoholemia aleatorios. Resulta que los dos están mínimamente por encima del límite, y sus resultados son de 0,09 por ciento de concentración de alcohol en sangre. Uno de los dos entrega las llaves de su coche y se acomoda en el asiento trasero del furgón policial.

Al otro le dan una palmadita amistosa en la muñeca.

—Estamos en una zona un poco gris, y estamos hablando solo de un 0,01 por ciento — dice el agente—. Así que vaya con cuidado, ¿de acuerdo?

Los mismos resultados. Los mismos niveles de embriaguez. Dos policías distintos marcando el límite en puntos distintos.»

«Fijémonos ahora en el deporte. En el fútbol, la introducción reciente del VAR (Árbitro Asistente de Vídeo, por sus siglas en inglés) ha supuesto la anulación de goles porque los jugadores que los marcaron se encontraban un milímetro fuera de juego. Pero hay quien defiende, y en voz muy alta, que un solo milímetro no puede contar como fuera de juego. “Esto está echando a perder el deporte”, asegura un comentarista televisivo. “Si las reglas son las reglas, entonces cualquier cosa que ayude a su cumplimiento solo puede ser bueno”, replica otro.

**Imagen general enfrentada a matices detallados.** O, como los llaman los especialistas en datos, *actionable insights*. ¿Acercamos el zoom, lo alejamos, lo dejamos fijo en una distancia media? ¿Carteles en blanco y negro? ¿O píxeles en blanco y negro? Ese es el problema, un problema tan viejo como el mismo mundo.

**El deporte, de hecho, es uno de los ámbitos en los que el posicionamiento de nuestros visores personales resulta más fascinante** y, ni que decir tiene, donde sus repercusiones se perciben más apasionadamente. [...]»

«**Los visores personales disponen de una variedad de escenarios distintos.** Por una parte, existe el marco social más amplio de “la imagen general preferible a la imagen pequeña” [...]. Por otra, tenemos la perspectiva más granulada, más cognitiva de subcategorizar y sobrecategorizar que vimos en el capítulo anterior.

**Si acercamos demasiado el zoom a lo que intentamos observar [...], los árboles no nos dejarán ver el bosque.** Regresando a nuestra analogía anterior del ajedrez, no podemos ver el tablero mirando los escaques blancos y negros. [...]

En cambio, si alejamos demasiado el zoom, será el bosque el que no nos dejará ver los árboles. Perdemos los matices, las sutilezas, los detalles de grano fino del objeto o la escena que tenemos delante, y nos cuesta distinguirlo, distinguirla, de objetos y escenas similares.

**Y es entonces cuando sucumbimos al estereotipo.»**

«¿Qué es lo que estoy diciendo, entonces? ¿Que deberíamos saltar de alegría cada vez que el especialista carraspea antes de hablar? ¿O cuando, sentados frente al médico, este nos dice: “Me temo que no son buenas noticias”? No, por supuesto que no. **Todo en la vida es relativo.** Incluida la compasión. En momentos como este necesitamos que nuestros visores se alejen todo lo que puedan. **En el estand de muestras de la extinción personal, el sabor del blanco y negro debería consistir en dos sencillos tarros solamente: uno con la etiqueta “vida” y el otro con la etiqueta “muerte”.** Estereotipar todas las células cancerígenas como malas... es bueno. Lo mismo que, para nuestros antepasados prehistóricos, era bueno estereotipar todos los crujidos que procedían de los arbustos como potencialmente mortíferos. Se trata de cosas que claramente pueden acabar con nosotros. Fuera guantes. Ha empezado el juego. A la empatía y al discernimiento enseguida habría que mostrarles la puerta de salida.»

## LA COMPLEJIDAD DE LA SIMPLICIDAD

«Una vez establecido el papel fundamental que juega la categorización en nuestra capacidad, exclusivamente humana, de razonar —de valorar las relaciones diversas y poliédricas entre los estímulos caleidoscópicos de un entorno infinitamente complejo—, apartaremos nuestra atención de los orígenes de la mente y nos centraremos en cómo la cambiamos. Es decir, en la ciencia de la persuasión y la influencia. **Las categorías son bienes cognitivos. Generan negocios, competición y comercio. Y siempre que hay comercio hay movimiento** —de actitudes, fidelidades y perspectivas en el caso de la influencia— de un lugar a otro. **Movimiento entre grupos, entre equipos, entre organizaciones. Pero, fundamentalmente (y lo más importante de todo), entre personas.**

**De ahí la importancia de [...] esas “marcas” de categorías.** Esas etiquetas pegadas en un lateral de las cajas. Si aprendemos a pegarlas de manera eficaz, segura y prominente, si aprendemos a vender esas maneras de mirar el mundo “listas para pensar” a quien quiera que sea nuestro público potencial, nos convertiremos en personas más influyentes. Demostraremos ser bastante más hábiles para conseguir lo que queremos.

**Un sencillo ejemplo: ¿migrante o refugiado?** Gran parte de las políticas migratorias actuales derivan del resultado de esta categorización binaria, en blanco y negro. Muy resumidamente, un refugiado es alguien que abandona su tierra porque no tiene otra opción. Un migrante parte en busca de una vida mejor. Se trata de una dicotomía clara; una distinción bien delimitada entre dos tipos distintos de migración: forzosa y no forzosa. Y las políticas nacionales de todo el mundo se dedican cada vez más a restringir selectivamente a aquellos y a resistirse a estos.

O al menos eso es lo que parecería a simple vista. Sin embargo, **en la práctica, encajar a la gente en una de esas categorías mutuamente excluyentes no es tan fácil como pudiera parecer. [...]** »

«Con ello no quiere decirse que la importancia de trazar un límite, de realizar una distinción entre aquellos que, por una parte, huyen para salvar su vida y los que, por otra, buscan meramente una vida mejor, no deba reconocerse. Desgraciadamente, los recursos son limitados, aunque la esperanza y la desesperación no lo sean. [...]

Ni que decir tiene que todo esto no les importa un pimiento a los políticos sin escrúpulos. De hecho, les viene muy bien. Una vez invocadas, las categorías se gestionan como dictaduras. Si eres miembro de una de ellas entonces no puedes serlo de la otra. La «doble nacionalidad»



está prohibida. Pero si bien “migrante” y “refugiado” son diferentes, la línea que separa esos dos territorios adyacentes es borrosa y difícil de distinguir. La frontera entre ellos es artificial. Construida por el hombre.[...]

**Esto implica lo siguiente: quien domine el lenguaje ganará la discusión.»**

« [...] **Las categorías son como los músculos: resultan invisibles hasta que están definidas.** Las implicaciones para la vida cotidiana son tan profundas como amplias. Si no tuviéramos lenguaje, simplemente no podríamos tener nada. **El lenguaje aporta color a nuestra vida.** No solo (como estamos a punto de descubrir) en el sentido metafórico; también en el literal. El color, como ya hemos visto, se presenta en siete marcas: rojo, naranja, amarillo, verde, azul, índigo y violeta. Y sin embargo, por más increíble que parezca, si perdiéramos de pronto las palabras para expresar cualquiera de ellos (para el rojo, o para el azul, o para el verde, por ejemplo), ya nunca más podríamos volver a ver un arcoíris. [...]

**Se dice que la realidad es a veces más rara que la ficción. Y el del arcoíris es un caso claro. Sin el vocabulario para el color, no tendríamos el color del color.**

**No solo pensaríamos en blanco y negro. También veríamos en blanco y negro.»**

## **INFLUENCIA ENCUBIERTA: LA CIENCIA SECRETA DE CONSEGUIR LO QUE UNO QUIERE**

«La mayoría de nosotros, por supuesto, contamos con algo más de espacio psicológico a la hora de tomar decisiones que los comandos de las fuerzas especiales, los cirujanos cardiotorácicos, los aventureros extremos y los deportistas de élite. Aun así, **en nuestra vida cotidiana hay decisiones que tomar y líneas que trazar.** Un padre o una madre que deje jugar a sus hijos cerca de un cruce con tránsito sabe a lo que se exponen. Un cónyuge que crea que el maltrato doméstico puede ser, a veces, una buena idea, no será en absoluto un buen candidato a pareja. En efecto, **nuestra necesidad de establecer líneas rojas para crear orden, para dividir la realidad en categorías discretas, discontinuas, para entender el mundo que nos rodea, es lo que hace funcionar el mundo.** Y explica no solo nuestros logros como influenciadores, sino nuestra predisposición a dejarnos influenciar.

Pero ¿qué significa eso en la práctica? ¿Acaso cuanto mejores seamos en el reconocimiento de las bases categóricas de los argumentos, en su descomposición, por así decirlo, en su mínimo (y más influyente) común denominador categórico, en la percepción precisa de dónde trazan los demás sus líneas y de dónde las trazaremos nosotros mismos en el futuro, mejor se nos dará hacer cambiar de opinión a los otros, y más cuenta nos daremos de cuándo debemos resistirnos a la persuasión?

Sin lugar a dudas, la respuesta es “sí”. [...] **Aprender el funcionamiento de las cosas hace que, por lo general, estas resulten más fáciles de manejar. Nosotros, los seres humanos, no somos una excepción.**

**Todo se reduce a líneas. A vallas y a lindes. A perímetros y a parámetros.** A puntos culminantes y a puntos de inflexión. Vivimos en una realidad descoyuntada, en damero, en la que diseccionamos, desaparejamos y compartimentamos lo que hay “ahí fuera” [...] para evitar el largo, zumbante, borroso chapoteo de la “cosa informe”. **Nuestro cerebro la descompone exactamente de la misma manera en que cortamos la comida cuando hemos de dársela a los niños pequeños; no podemos tragarnos la realidad entera. Pero si somos capaces de enmarcar nuestros mensajes persuasivos de maneras que reflejen las tres supercategorías binarias [...] —lucha versus huida, nosotros versus ellos, bien versus mal—, tenemos todos los números para salir victoriosos a cada momento.**

Tomemos, a modo de ejemplo, mi tema favorito: el referéndum y la campaña a favor de abandonar la Unión Europea.

Incluye las tres cosas.

Lucha versus huida: plantemos cara a las leyes chifladas de Bruselas que sistemáticamente nos están imponiendo.

Nosotros versus ellos: lucharemos en las playas (por las cuotas pesqueras), lucharemos en las pistas de aterrizaje (por las tasas aeroportuarias)...

Bien versus mal: deberíamos poder controlar nuestro destino, no estar sujetos a las leyes de una entidad extranjera sin rostro.

Y por eso ganó la opción de abandonar la Unión Europea. ¡Supersuasión! Así de sencillo. Resulta irrelevante que la opción de abandonar la Unión Europea estuviera bien o estuviera mal. A diferencia de la opción contraria, su baza para la persuasión pasaba por llevar a su terreno esas tres supercategorías evolutivas; convertir un argumento altamente complejo en un superconductor de resistencia cero que chisporroteara en los cerebros de una población confiada más deprisa que decir «elecciones anticipadas».

«Pero eso, claro está, es política. Llena de cinturones negros de la persuasión y de superbrujos de la influencia. En cuanto al resto de nosotros, ¿a qué podemos aspirar? ¿Podemos los demás escalar a esas cumbres imponentes de la persuasión —o sumergirnos hasta sus profundidades, según se mire— en nuestra vida cotidiana? **¿Podemos convertirnos en supersuasores, canalizar nuestras ideas en las vías neurológicas de los demás con gran facilidad y a la velocidad del rayo?**

**La respuesta, afortunadamente, es afirmativa.** Pero como ocurre con cualquier nueva habilidad, hace falta práctica, conciencia y un poco de tiempo y esfuerzo. A continuación, unos consejos muy sencillos para ponerse en marcha.»

### **«Paso 1. Desvela la paradoja sorites oculta que podría subyacer en un argumento concreto**

[...] podemos plantearnos el debate actual que se da en torno al suicidio asistido. Existen dos categorías acechando en el interior de esa expresión: «suicidio» y «asistido». Pero ¿qué es exactamente lo que constituye esta segunda? Si me suplicaras que te ayudara a poner fin a tu vida y yo tuviera que inyectarte un fármaco que te matara instantáneamente, entonces sí, eso sin duda contaría como asistencia. Pero ¿y si se tratara simplemente de comprarte un billete para viajar a Ginebra? ¿O de llevarte al aeropuerto? ¿Puede definirse eso como ayuda? Si no lo es, ¿puede interpretarse, en todo caso, como el extremo más fino de una cuña que se expande sin fin?

Este ejercicio no es un juego. Es un entrenamiento cognitivo muy serio cuyo objetivo es doble: afilar las aptitudes de razonamiento lógico, por un lado, y mejorar la propia claridad de pensamiento, por otro. Si identificamos en qué lado de la queda nuestra línea argumentativa, estaremos en una mejor posición para saber en qué categoría ubicarla.

Y, más importante aún, qué etiqueta le pegamos en un lado.»

### **«Paso 2. Una vez que hayas seleccionado las unidades categóricas adecuadas en las que expresar tu argumento, asegúrate de que se ajustan a los cinco componentes del modelo SPICE**

Gavin Hewitt, el excorresponsal en Washington D. C. de la BBC, formó parte del séquito de prensa que siguió a sol y a sombra a Donald Trump durante su campaña electoral de 2016. Con el paso de los meses, llegó a conocer un poco al hombre. Gavin me contó que, en una ocasión, en un momento dado de la campaña, Trump tuiteó una imagen de sí mismo sentado en su jet privado delante de un cubo de tamaño familiar de Kentucky Fried Chicken, del que comía con cubiertos de plata. La prensa —una parte de ella, al menos— lo masacró por ello. Lo de los cubiertos tenía un pase. Pero... eeh... ¿pollo frito?

Sin embargo, según Gavin, aquel tuit fue un golpe de genialidad. Trump no está en absoluto interesado en gustar a todo el mundo. Nunca lo ha estado. Él quiere crear divisiones

binarias. Su público está compuesto por personas blancas, de clase trabajadora y que no tienen estudios universitarios, gente que se siente totalmente despreciada y ninguneada por la izquierda progresista e intelectual. Siempre que haya un número suficiente de esas personas, y que sigan votándole a él, lo tiene ganado.

Pero ¿por qué era ese tuit tan poderoso? ¿Qué había en él, concretamente, que lo convirtiera en una declaración de intenciones? Pues bien, resulta que la respuesta es que está lleno de SPICE.

Simplicidad: “¿Qué podía haber más gráfico y desafiante que un cubo de Kentucky Fried Chicken en un jet privado?”.

Percepción del propio interés: “No hay nada mejor que el pollo frito, ¿a que sí? Pues ¡a comer!”. Incongruencia: “KFC... cubiertos de plata... ¿La Casa Blanca?”.

Confianza: “Eh, ¿por qué fingir? Quizá esté forrado y me presente a presidente, pero a mí lo que me gustan son unos buenos *nuggets* de pollo”.

Empatía: “Soy un tipo normal, cercano, que quiere representarte. Hillary Clinton tiene chef privado”.

Pero hay más. El tuit de Trump también se alinea con nuestras tres supercategorías binarias para ponerle el turbo a su mensaje:

Lucha versus huida: “Yo soy así, y si no te gusta, peor para ti”. Nosotros versus ellos: “¿Y tú? ¿Vas a comer pollo frito o... tofu?”.

Bien versus mal: “No finjas y sé fiel a lo que eres. Los que comen pollo frito heredarán la tierra”.

Para poder pulsar los botones más candentes de la persuasión antes hay que aliñar bien el mensaje.»

### **«Paso 3. Usa metáforas para asegurarte de que tus ideas lleguen a los cerebros de aquellos en quienes quieres influir usando el camino de la menor resistencia**

Al principio puede parecer algo burdo y artificial pensar en términos de imágenes, analogías y alegorías. Pero si practicas e intentas exportar tus pensamientos a un formato metafórico, no tardarás en cosechar las ventajas. No solo empezarás a sentirte más natural, sino que te convertirás en mejor persuasor. [...]»

### **«Paso 4. La próxima vez que leas una noticia o la veas por televisión, presta especial atención a la clase de imagen que el emisor intenta dibujar para que veas las cosas a su manera**

O, más específicamente, identifica la categoría o categorías que usa para enmarcar su argumento y, a continuación, intenta ser más listo que él planteándote si existen otros argumentos y categorías que pudieran servir mejor a su objetivo.»

### **«Paso 5. Cuando intentes persuadir a otros, o cuando otros intenten persuadirte a ti, regresa siempre a las tres categorías binarias de la persuasión: lucha versus huida, nosotros versus ellos, bien versus mal**

Concluyamos llamando de nuevo a Kentucky Fried Chicken, pero esta vez sin jet privado ni cubertería de plata. Hace varios años, en el Reino Unido, KFC cambió de proveedor. El nuevo proveedor contratado consiguió superar de manera rápida y espectacular al anterior, hasta el punto de que se agotaron todas las existencias de pollo en más de doscientas cincuenta franquicias de todo el país. Para una empresa que solo se dedica a vender pollo, no es poca cosa quedarse sin existencias. ¿Qué diablos había ocurrido? Y más concretamente... ¿qué diablos podían hacer al respecto?

Según se supo, poco menos que un milagro de relaciones públicas.

[...] Pues resultó que había algo ligeramente distinto en esos cubos en concreto. La cosa es que el recipiente en cuestión no tenía grabadas las iniciales KFC. Allí ponía FCK. [Abreviatura de *Fuck* (“Joder”)]

Y, abajo, la frase: “Lo sentimos”.

Tenías que estar muy mal para no verle el lado gracioso al asunto.

Kentucky Fried Chicken sabía muy bien que su producto era una cosa informal (por más que lo avalaran aspirantes a la presidencia de ciertos países) y que al grueso de sus clientes no les entusiasmaría leer unas disculpas de tono corporativo y manido del tipo «Hemos cometido errores» o «Lamentamos los inconvenientes causados». Su planteamiento, por el contrario, apelaba a nuestras tres supercategorías de la persuasión:

Lucha versus huida: “Está bien, la hemos cagado. Pero si nos hundimos, que sea de buen humor”.

Nosotros versus ellos: “Confiamos que vosotros, nuestros clientes, lo pilléis. Y a los demás que les den”.

Bien versus mal: “Hemos corrido un gran riesgo aproximándonos a vosotros de esta manera. Así pues, ¿qué tal si nos dais una segunda oportunidad y volvéis a visitarnos...?”.

Al tiempo que lo aderezaba con un pellizco de SPICE:

Simplicidad: “¿De KFC a FCK? No se trata del cambio de diseño más costoso del mundo”.

Percepción de interés propio: “Pasadlo bien a costa nuestra”.

Incongruencia: “¿Palabrotas en una campaña publicitaria de alcance nacional? Eso es algo que no se ve demasiado a menudo”.

Confianza: “La gente hablará de esto”.

Empatía: “Sabemos que esto es algo así como una lotería, pero suponemos que provocará más sonrisas que indignación. ¿Acaso no nos hemos equivocado todos alguna vez?”.

Como veis, no compensa actuar como un pollo asustado si lo que se quiere es ser un gran persuasor.”

## LA SABIDURÍA DE LOS RADICALES

«Supongamos que nos encontramos en una ciudad desconocida, de noche, caminando por una acera, y de la nada aparecen cuatro adolescentes con capucha y se ponen a caminar detrás de nosotros. ¿Sería poco razonable cruzar a la otra acera... bueno... por si acaso? Y ahora preguntémoslo mismo de cuatro señores con traje y corbata. La mayoría de la gente da respuestas muy distintas a estas dos preguntas. Estereotipar es como ser portero en el fútbol. La verdad es que, si juegas bien, casi nadie se fijará mucho en ti. A diferencia de lo que ocurre con los delanteros, a los porteros casi nunca se les reconoce el mérito que merecen. Pero si cometes un error y te meten un gol, si la pelota se te escurre entre los dedos o entre las piernas, todo el mundo se meterá contigo. El hecho mismo de estereotipar se ha estereotipado. Como algo que es más malo que bueno. Pero casi siempre nos mantiene en el juego. El problema es que no nos damos cuenta.

**En nuestra ignorancia, entrevemos los fantasmas de la negación y la represión. Estereotipar es un acto de extremismo.** Y el extremismo tiene mala prensa. Si nos cambiamos de acera cuando vemos a un grupo de jóvenes con capucha que doblan la esquina, arrasamos el espacio de una mente abierta, inclusiva. Nos cargamos el beneficio de la duda. Pero ese es un camino que todos debemos transitar. **La verdad a la que todos debemos enfrentarnos. Vosotros y yo. Somos extremistas. Vosotros, yo, Hitler y Bin Laden. Somos extremistas. Vosotros y Trump. Extremistas. Putin y yo. Todos nosotros. Todos somos extremistas.»**

«O cafeína o no. O Torres Gemelas o no. O cambiamos de acera o no. O una cosa o la otra. Pero las dos cosas a la vez no puede ser.

Cada decisión que tomamos implica trazar una línea, una línea entre lo que estábamos haciendo antes de que tomáramos esa decisión y lo que hacemos después. Una línea tanto en el tiempo (“antes” y “ahora”) como en el espacio (“aquí” y “allí”). Puede ser que solo implique una diferencia de milésimas de segundo, o de milímetros, pero eso es irrelevante. Toda decisión implica elección. **Y toda elección implica la selección de un camino y no de otro.** Caminos a través del tiempo; caminos a través del espacio. **No podemos estar en dos caminos a la vez.** Somos extremistas de la cabeza a los pies. Nuestros cerebros son crisoles de radicalización. Cuando una neurona toma una decisión, ya está.

Esto significa que tenemos un pequeño problema. Puede que nuestro cerebro esté dirigido por un grupo de exaltadas, por una milicia radical de neuronas fanáticas, revolucionarias. Pero la vida que llevamos, los paisajes por los que nos movemos, están codificados y encriptados en un lenguaje categórico distinto, son de una consistencia metafísica totalmente diferente. **Vivimos en un mundo que no es de dicotomías binarias, en blanco y negro, sino en un mundo de continuos. No habitamos en un entorno de dualidades de sí o no, de esto o aquello, de lo uno o lo otro; habitamos en un entorno de “quizases”, de probabilidades, de zonas grises.»**

«[...] **las líneas divisorias son nuestras mayores protectoras. Trazar una línea es marcar la diferencia, crear una categoría.** Es algo que acaba con la amenaza de una insurrección informativa, de un disturbio cognitivo y perceptivo, al arrinconar a la turba de esos otros rebeldes, saqueadores —los estímulos próximos, añadidos, invasores de “la totalidad de la realidad que ha de conocerse”, como expresó en una ocasión el psicólogo William James—, y separarlos en rediles de realidad psicológicamente sellada, de manera que ese enjambre atronador del todo se presente conceptualmente en categorías singulares, discretas y aisladas, dispuestas al control y a la contención.

**“Todo debería hacerse tan simple como sea posible, pero no más”**, comentó Einstein en una ocasión.

**Y las líneas son nuestras varitas mágicas para la simplicidad. Con todo, el problema es que la simplicidad reposa en un espectro. Y es de una complejidad extrema, incalculable.»**

*Ariel*

**PARA AMPLIAR INFORMACIÓN, CONTACTAR CON:**

Itziar Prieto (Responsable de Comunicación Área Ensayo)  
659 45 41 80/ [iprieto@planeta.es](mailto:iprieto@planeta.es)