La frivolidad compulsiva

Posted on 2 de enero de 2018 by Rafael Núñez Florencio

Durante mucho tiempo, al menos en nuestra cultura occidental, la profundidad de pensamiento se medía por la proporción o intensidad de advertencias negativas o incluso catastrofistas. A mayor abundancia de estas, más consideración y prestigio. El ensayista conspicuo destilaba amargura, al tiempo que dejaba vislumbrar su fascinación por la hecatombe. O, en otros términos, la atracción del abismo. Desde luego en nuestros lares, el intelectual-tipo (con todas las excepciones que quieran) era de natural pesimista y, hasta si me apuran, argumentaría que me quedo corto, pues el espécimen ?por poco que se le dejara a su ser? tendía al monte de la desmesura catastrofista y ejercía con fruición digna de mejor causa de auténtico agorero. Hay quien dice que teníamos el terreno abonado por muchos siglos de concepción católica de la existencia: ya saben, este mundo como valle de lágrimas y cáliz doloroso para aspirar a la otra vida. Yo no creo eso, primero porque, como es sabido, en todas partes cuecen habas –y las de acullá no son mejores que las de aquí? y, segundo, porque, en términos que tampoco son tan difíciles de comprobar, en el occidente no católico la cultura luterana o calvinista –por circunscribirme a unas referencias elementales? se ha distinguido tradicionalmente por un talante igualmente pesimista, si no más incluso que el nuestro.

La cuestión, por tanto, no es de índole particular. La tendencia, como he establecido desde el principio, es patente en todos los escenarios habidos y por haber desde tiempo inmemorial. Casi podría decirse, si se me permite la simplificación, que todos solemos considerar, por lo menos implícitamente, que el pensamiento está reñido por definición con el humor, con la risa y hasta con la sonrisa. El pensar es asunto serio, o no es. Basta con considerar la actitud típica con que nos seguimos representando al pensador en nuestras coordenadas culturales, con expresión ausente y sosteniendo la cabeza con una mano, como si le pesara mucho o tuviera un dolor de muelas. Si tomamos como referencia a Rodin, podría decirse incluso que en posición de hacer sus necesidades y –perdónenme la ordinariez? hasta un poco estreñido. Supongo que me dirán que no puede ser de otra manera o, miradas las cosas con más amplia perspectiva, que la vida en general a lo largo de los siglos no ha sido precisamente fácil para el ser humano, permanentemente acechado por el hambre, la enfermedad, el dolor y la muerte. Vamos, que era normal y natural esa pesadumbre existencial, porque la vida no era un jardín de rosas. Y la reflexión tenía necesariamente que reflejar esa realidad.

No voy a negar lo obvio, pero me permito destacar que, al menos desde la Ilustración, va abriéndose paso una concepción bastante más optimista de la vida humana, estrechamente

ligada a las posibilidades que el hombre vislumbra de cambiar las cosas. No es que lo diga yo: lo dice Kant y, con él, Voltaire, Rousseau y tantos otros, que ha llegado el momento de que el hombre se libere de sus cadenas, de la opresión, de la ignorancia, de los terrores seculares. Que el hombre puede ser dueño de su propia vida. Las cosas negativas de este mundo no pueden erradicarse del todo, pero sí combatir y, de este modo, reducir. El antes citado filósofo de Königsberg era tan ingenuamente optimista que pensaba que la guerra podía ser desplazada nada menos que por la paz perpetua. Por si había alguna duda, algunas décadas después surge una corriente de pensamiento que se autodenomina *positivismo*. Incluso quienes siguen subrayando los aspectos negativos, como Marx, lo hacen para predicar a continuación la buena nueva de la transformación, que está en nuestras propias manos.

Es verdad que el siglo XX nos enseñó dramáticamente que nos habíamos pasado de optimistas: decir que las dos guerras mundiales, el Holocausto, el Gulag y varios genocidios constituyeron un jarro de agua fría sería frivolizar. Fue mucho más que eso, naturalmente. Pero como no hay mal que cien años dure, ni sociedad que lo aguante, todo eso pasó y tras ello volvimos a recuperar la cara amable de la vida Una visión risueña potenciada hasta límites inéditos. Allá donde podíamos, claro, porque para ello se necesitaba acceder a unas mínimas condiciones materiales. Durante la segunda mitad del siglo XX, muchos países –aunque una minoría en el contexto del globo? restañan sus heridas y viven una fase de prosperidad insólita en la historia de la humanidad, empujada por el progreso tecnológico. Y en este espacio geográfico y político –sociedades abiertas? surge primero y se instala seguidamente una cultura juvenil manifiestamente vitalista. Ya no estamos hablando sólo de talante positivo, libertades de todo tipo, desarrollo económico, abundancia de bienes, progreso hasta límites insospechados y en todos los órdenes. Hemos dado un paso más hacia la autosatisfacción y el hedonismo desenvuelto, hacia la valoración de lo lúdico y la institucionalización de la alegría. Estamos en lo que he llamado en una entrada anterior, un mundo más divertido.

En esta sociedad de consumo, la disposición pesimista y negativa sigue existiendo, ¡faltaría más!, y hasta conserva un halo de su antiguo prestigio, porque las cosas no pasan de negro a blanco como de la noche al día. Pero no es ya la tendencia dominante, ni siquiera en el medio que le era más propio, el ámbito intelectual. La razón es muy sencilla y puede expresarse en una ecuación que, aunque simplifica la realidad, no puede ser acusada de albergar falsedad alguna. Consumo es igual a optimismo. O, de modo complementario, las penas se quitan consumiendo. No me miren con caras raras. No digo que tenga que ser necesariamente así, sino que las pautas económicas, sociológicas y culturales del mundo en que vivimos fuerzan a que, de uno u otro modo, los consumidores –es decir, todos? alentemos la ficción de que

consumir nos hace más felices o, como mínimo, nos genera una particular satisfacción. Ya sé que todo esto lleva a un hedonismo impostado, pero esto no es asunto que deba importunarnos ahora. En su vertiente más grosera, basta ver la estrategia publicitaria más extendida y banal. Beberse un determinado refresco te proporciona «la chispa de la vida». Comerse una pizza prefabricada, de esas que vienen congeladas, te provoca poco menos que un orgasmo. E incluso el descubrimiento de un detergente que deja la ropa más blanca, le produce a la *sufrida ama de casa* –¡cuánto cuesta cambiar los roles tradicionales!? una profunda satisfacción vital.

Ya es momento de que les diga que las consideraciones anteriores son un efecto colateral de la lectura de un breve ensayo de Iñaki Domínguez que lleva por título *Sociología del moderneo* (Santa Cruz de Tenerife, Melusina, 2017). He escrito lo de «efecto colateral» porque, en realidad, el libro no va estrictamente de esto que yo he consignado en los párrafos anteriores, sino más bien del análisis sociológico de un fenómeno juvenil, la «subcultura del moderneo» presente en casi todas las sociedades opulentas. Más concretamente, Domínguez trata del *moderneo* –conservo su terminología, aunque no me gusta, a falta de algo mejor? en España y, para ser más precisos, toma como punto de referencia Madrid, hasta el punto de que uno de los capítulos se titula «La marca Malasaña», en referencia a uno de los barrios emblemáticos de la capital desde los lejanos tiempos de la *movida*. Aun así, el telón de fondo, como pueden imaginarse, es la cultura estadounidense o, para ser más precisos, esa parte de la cultura norteamericana que se ha extendido por todo el ámbito occidental como lo más *cool* –como ven, ¡hasta la propia terminología!?, y que es imitada o reconstruida con fruición desde Lisboa a Moscú.

Estamos hablando, para ir al meollo del asunto, de una determinada ética de consumo con unas características peculiares. Superado el mandato bíblico de ganar el pan con el sudor de la frente, nuestro *ethos* es trabajar para consumir y, por decirlo con las palabras textuales del autor, «hacer de nosotros mismos productos de consumo». Como a cualquiera se le alcanza, esos objetivos sólo pueden cumplirse –o simplemente plantearse? en una sociedad desarrollada y en una cultura que ha hecho del hedonismo la nueva religión. Para ello hay también que asumir con todas sus consecuencias la aceleración del tiempo histórico que caracteriza a nuestro mundo: ser moderno implica una lucha contra reloj para ser siempre lo último, esto es, lo más de lo más, sea ello lo que fuere. Si se fijan, la subordinación de cualquier meta más sólida a una mera cuestión de novedad desemboca necesariamente en una carrera banal y frívola. La superficialidad, la vistosidad y el artificio se imponen inevitablemente sobre la convicción, los principios o hasta el interés. La carrera del moderno termina siendo así una carrera a ninguna parte o, como en algunas secuencias de Charlot, una alocada persecución en círculo en la que los papeles se invierten. De tanto perseguir la

primicia o la originalidad, estas terminan quedando a nuestras espaldas. Le escuché hace tiempo a Joan Manuel Serrat una reflexión sarcástica en esta línea: lo más moderno ?decía con retintín? es quedarse quieto. Como las modas son cíclicas, basta dejar pasar algunos años y, sin hacer nada o haciendo lo mismo de siempre, te encuentras que eres el más moderno de todos.

¿Por qué hablo de frivolidad? Bueno, no es exactamente que yo hable de frivolidad, sino que, en sí, el moderneo está abocado a la frivolidad como rasgo consustancial. También en este caso me remito a lo que expone con precisión el mismo autor. El moderno sustituye valores propios como el esfuerzo, el talento o el carisma por el «uso de símbolos», un «ritual aprendido» y «bienes de producción industrial». Estos tres factores confluyen en un consumo estereotipado, lo que hace algunos años, imbuidos de lecturas marxistas, hubiéramos llamado alienación. Queriendo ser distinto, el moderno consume en términos gregarios, normalmente en tiendas que ofrecen singularidad en dosis masivas, es decir, completamente estandarizada. Nadie se parece más a un moderno, de una determinada tribu, que otro moderno de la misma tribu. La identidad personal se transmuta así en identidad comercial y traspasa fronteras nacionales para regocijo de aquellas firmas que saben colocar el eslogan de «sé único, compra en nuestros almacenes» (como miles y miles de jóvenes como tú).

De este modo, el moderno resuelve falsamente el problema de identidad de nuestras sociedades masificadas. En vez de ser realmente distinto (¿alguien lo puede ser, más allá de las apariencias?) se compra un disfraz de singularidad. Podríamos definir, por tanto, al moderno como aquel que adquiere el uniforme de modernidad. Ahora bien, una vez dicho todo eso, vendría bien rebajar el tono crítico. Es indudable que el moderno es frívolo, superficial, hedonista, caprichoso, contradictorio, impulsivo, inconsecuente. Pero, ¿acaso no es este el signo de los tiempos que vivimos? Recuerden lo que les decía al principio sobre el pensamiento y las actitudes tradicionales, caracterizadas por su sentido grave y pesimista. Por el contrario, hoy todo tiende a ser ligero, evanescente, un punto risueño. Vivimos en el reino de lo *light* en el supermercado y en todos los demás ámbitos. ¿Cuánto tiempo aguanta un suceso noticiable en los medios de comunicación? Nos cansamos de todo a toda prisa. La política también es *light* y permite acceder al poder a tipos *light*, con discursos tan sustanciosos que deben caber en los caracteres de un tuit.

Es verdad que hablamos de los modernos en términos amplios e imprecisos. Puede dar la impresión de que este es un fenómeno de nuestros días o, como mucho, de las últimas décadas, cuando en realidad se trata de un movimiento social y cultural que puede datarse mucho tiempo atrás. A estas alturas, probablemente, muchos de ustedes estarán pensando en algunos ilustres representantes de estas tendencias esnobistas –modernos o, incluso, estrafalarios en su época? como Oscar Wilde o, en nuestro ámbito cultural, Ramón Gómez de

la Serna. En efecto, con diversas denominaciones y no menos variados pelajes, este tipo de actitudes ya se dieron en otras circunstancias históricas: baste recordar, por ejemplo, a los dandis, bohemios, *hipsters*, *beatniks* o hasta los mismos jipis. Ya sé que son muy distintos entre sí y que no puede metérseles en el mismo saco que a estas tribus modernas de las que hablo, pero quiero señalar que, en el fondo, les caracterizaba esa misma búsqueda ambivalente de identidad, entre el rechazo a las pautas convencionales y el establecimiento de una nueva convencionalidad como grupo selecto. Aun quienes pretendían aparecer como más comprometidos desde el punto de vista político, no podían desprenderse de esa mencionada frivolidad, que les acompañaba como una sombra incómoda. Lo más inteligente, desde luego, era asumirla con todas las consecuencias. La *movida* de Madrid y otros lugares de España en las décadas finales del siglo XX es un buen ejemplo de ello.

El moderneo del que habla Iñaki Domínguez constituye un magnífico espejo de nuestra sociedad. No lo digo con afán crítico, sino como observador o notario, es decir, levantando acta de lo que existe y sin querer sentar cátedra. Los rasgos de esta subcultura juvenil –lo que él llama en su libro *sociología del moderneo*? son en gran medida los atributos del mundo que habitamos, con todas sus incongruencias, sombras y, ¿por qué no?, también virtudes. Una sociedad en la que hemos conseguido que, en una medida inédita en la historia, reine la libertad en todos los órdenes. Una sociedad abierta, plural, opulenta, despreocupada y divertida que, paradójicamente, nos ha hecho en muchos aspectos más dependientes e infantiles, como si tantas libertades terminaran por confeccionar un traje demasiado ancho para las necesidades de muchos. Tomo del libro sólo un ejemplo, que me parece particularmente revelador: hasta la diversión se ha hecho dogmática para mucha gente. Una sociedad como la presente nos fuerza a divertirnos. Hay que ser divertido. Hay que pasarlo bien a la fuerza. Si no lo haces, quedas estigmatizado como soso o poco atractivo. Habrán visto que, hoy día, hasta los ministros o los intelectuales –todo el que quiera ganarse el favor del público? tienen que bailar, cantar y contar chistes. Cualquier buen comunicador sabe que debe deslizar un par de gracias en una charla. Las películas de Hollywood nos han acostumbrado a ver que hasta en los discursos de cuerpo presente en los funerales hay que meter algunas bromas entre sollozo y sollozo.

Me parece bien la frivolidad. Disfruto de ella en muchas ocasiones. Lo que me parece mal es que se convierta poco menos que en obligatoria. No quiero terminar esta divagación sin aludir a un artículo de Fernando Aramburu leído recientemente. Lo traigo aquí a colación por lo que tiene de alegato a contracorriente. Se titula nada menos que «Elogio del aburrimiento». ¡Vade retro, Satanás! Dice el escritor vasco que nos hemos acostumbrado, desde la infancia, a exigir que no nos falte diversión en cada minuto de nuestra vida. Los niños a los que se deja de atender durante unos segundos, enseguida protestan: «¡Me

aburro!» Los adolescentes que no están con el móvil o los videojuegos se revuelven airados: «¡Me aburro!». Los adultos, fuera de sus obligaciones laborales o domésticas, buscan compulsivamente diversión. Hasta los pobres abueletes del Imserso –todo esto lo digo yo, no Aramburu? no conciben su tiempo de ocio sin ser distraídos con múltiples actividades lúdicas.

Dice el escritor, con una ironía que refuerza la seriedad de la propuesta: «Creo que las autoridades educativas harían bien en introducir clases de soledad en los colegios. Serían económicas. Ni siquiera precisarían de personal docente especializado. Aprender a estar a solas y en silencio con los propios pensamientos es un arte que no todo el mundo domina». Al final resulta que el presunto aburrimiento que se elogia no es propiamente tal, sino la capacidad para recapacitar sin interferencias externas: «el aburrimiento es un regalo de la Naturaleza que permite a los seres humanos crearse un mundo interior propio con el cual vencer, mire usted por dónde, el propio aburrimiento». En el fondo, el artículo que menciono viene a ser una glosa del conocido aforismo de Pascal: «He dicho a menudo que todas las desgracias humanas vienen de una sola cosa, que es no saber estar en reposo en una habitación». No digo que esto sea la panacea. Ítem más: ya señalé antes que un poco de frivolidad puede ser saludable. Como decía el título de aquella casposa película española de finales de los años sesenta, *Una vez al año ser hippy no hace daño*. Sólo argumento que, frente a la exaltación del moderneo frívolo, vendría bien una cura de reposo como la que auspiciaba Pascal y ahora defiende Aramburu. Pero, ¿se imaginan a algún responsable político, educativo o intelectual promoviendo seriamente una propuesta así en la sociedad actual?