

# ESTUDIOS

## EL EXITO, HORIZONTE DE LA VIDA PRIVADA

Emilio ANDREU

Madrid

Si no tenéis cuidado,  
los periódicos harán  
que odiéis a la gente  
que está siendo oprimida  
y améis a la gente  
que está oprimiendo.

Malcom X

**EN AÑOS RECIENTES**, los medios de comunicación han coadyuvado, de manera importante, al redescubrimiento de la vida privada, de la cotidianeidad como eje del devenir humano. Ello significa que existe un interés en aumento por todos aquellos aspectos de las reglas del trato personal. Esas apreciaciones son sugeridas por pequeñas acciones, a menudo, por la moda en el vestir, por la prestancia, por el lenguaje, por el gusto gastronómico o por las actividades deportivas. Desde los tempranos 70, cuando Schumacher lo escribiera por vez primera, todos coinciden en que lo pequeño es hermoso.

Periódicos, revistas, emisoras de radio y televisión se han acercado a la cotidianeidad de las relaciones humanas para exponerla a sus usuarios. Una sana curiosidad por conocer la vida privada de los otros recorre nuestro fuero interno. A estas expectativas se suman también los sagaces comentarios de decenas de columnistas que glosan cada palpitar de la realidad, en un plausible alarde de metafísica de corto alcance. La vida tampoco da para mucho más, nos tememos. Las gentes sólo se preocupan de lo inmediato, de lo cercano, del conflicto que les pilla los dedos y que puede trastocar sus resortes.

Las industrias de la comunicación han comprendido que la vida privada importa. Esto lo han sabido, desde hace muchos años, las revistas cordiales del corazón pero en los últimos años la prensa de prestigio también ha iniciado secciones amables donde encontramos todo lo relativo a la vida íntima de las personalidades con relieves sociales además de todos los aperos necesarios para hacer más llevadera la propia.

Bien sean biografías, bien sean escenografías de lo cotidiano, el común denominador a todos estos textos e imágenes es la ausencia de reflexiones normativas; nada de filosofía trasnochada ni de moralismos con dobleces porque lo importante es sólo la descripción. En este ejercicio de objetividad se olvida que no todas las cotidianidades son iguales. Las hay que se desarrollan en la miseria, el aislamiento y el desprecio; las hay que crecen en el tedio y la oquedad; las hay, por último, que se desenvuelven entre sedas y oropeles.

Las líneas que a continuación siguen pretenden ahondar en la actitud que los medios de comunicación asumen ante las manifestaciones de la vida privada. Y puesto que en una sociedad como la española de finales de siglo descubrimos, sin demasiado esfuerzo, un haz de cotidianidades heterogéneas, nos ceñiremos a las vividas por las clases medias, literarias, instruidas, responsables y que se encuentran encaramadas en el bienestar. Especificamos que leen porque la mayoría de los datos los hemos extraído de las revistas y libros que pasan por sus manos. No soslayemos que, en la actualidad, la cultura audiovisual ha quedado relegada a las clases cultural y económicamente bajas.

## EL EXITO COMO PROYECTO ANTROPOLOGICO

Los mensajes informativos y publicitarios han desembocado, en términos generales, en una radical exaltación del glamour, la vanidad, el narcisismo, el buen yantar, el individualismo, la moda, el refinamiento y el lujo como distingos inherentes a toda persona elegida para la gloria.

Las mediaciones de la información rezuman la filosofía del éxito por cada uno de sus poros y presentan, al tiempo, el triunfo como único proyecto antropológico posible.

Verbi gratia. Segunda quincena del mes de diciembre de 1987. La gran banca se desconcierta. El Banco de Bilbao pretende absorber al Banesto. Tras interminables dimes y diretes fracasa el intento de abordaje. Un advenedizo entra entonces en el club de los poderosos. "La historia desconocida de un triunfador. Mario Conde: EL HOMBRE QUE PLANTO CARA AL GOBIERNO" ('Tiempo', 14-20 de dic.); "MARIO CONDE, EL HOMBRE QUE LLEGO, VIO Y VENCIO" ('Epoca', 14 de dic.); "Vida y ambiciones de Mario Conde: UN TRIUNFADOR" ('Cambio 16', 14 de dic.). El rostro del nuevo Midas fue carne de portada en todas las revistas españolas de aquellas fechas.

Al fin, España encontraba su Getty perdido y podía presumir de un Rockefeller ibérico con denominación de origen por los parterres de la eurocomunidad. Una nueva estrella surcaba rutilante el firmamento económico. Este multimillonario de 39 años se convertía, de esta guisa, en el paradigma más palmario de hombre nimbado con los laureles de la victoria en plena juventud.

Uno de los cronistas más sagaces del periodismo español de los últimos veinte años, Víctor Márquez Reviriego, definía así al financiero<sup>1</sup>: “Es un hombre sin padrinos ni suegros, caso raro en la vida nacional, que es una epifanía de la yernocracia. Y es un hombre joven, en un mundo como el bancario, donde a veces hay próceres temblones a los que salta la sopa de la cuchara a la chaqueta. Es un príncipe nuevo, que diría el amigo Maquiavelo, que todo lo debe a la fortuna y a su ‘virtú’. Un hombre decidido y tranquilo, que expulsa sus nervios jugando con el anillo de matrimonio. Bueno, también le gusta la caza y baila sevillanas...”. Otra semblanza<sup>2</sup> habla de Mario Conde como de un hombre ‘Programado para ser Dios’ y añade que “este águila de nuevo cuño al levantar tantos suspiros de admiración a su alrededor, se ha convertido en el nuevo héroe de la clase yuppie. No es un rey Midas, ni un profeta, ni un milagrero del siglo XX capaz de transformar los panes y los peces en puestos de trabajo. Su único recetario de la felicidad consiste en comprar los duros a peseta”.

Quizá sea éste un caso extremo pero, sin el menor asomo de duda, los rayos de la brillantez y el triunfo público inciden sobre la opacidad de la vida privada de las mayorías. En este sentido, resultaría avieso pensar que los mass media inventan los acontecimientos ya que sólo se limitan a ser reflejos de la realidad, transmisores privilegiados de una escala de valores que flota en la atmósfera social. Eso sí, se aprovechan al máximo de estas circunstancias.

## LO COTIDIANO ES EFIMERO

Las mediaciones comunicacionales reflejan la vida privada en tres direcciones. Los artículos de opinión, las monografías y las noticias; las secciones especializadas en cotidianidad y, por último, la publicidad que no sólo vende los productos tangibles sino, en ocasiones, algo más enraizado y sutil: los modos de vida y las pautas de comportamiento. La evidencia, afirmaba Bernard Shaw, es lo que se percibe más difícilmente. Así ocurre con los mensajes publicitarios.

Dentro del primer grupo, el diario ‘El País’ ha sido el medio que mejor ha sabido captar esta necesidad de referirse a las mínimas expresiones de la vida privada. Sus columnistas, destacando de entre todos Manuel Vicent, son quienes, al respecto, alcanzan las más altas cotas de sensibilidad.

<sup>1</sup> Márquez Reviriego, Víctor, “Mario Conde”, en *Cambio 16*, nº 837, 14-XII-1987, p. 29.

<sup>2</sup> Rigalt, Carmen, “Programado para ser Dios”, en *Tiempo*, 14-20 diciembre 1987, p. 13.

El problema de la realidad forma el núcleo central de todas estas columnas y artículos. Las cosas que pasan en la calle encuentran en los medios de comunicación un buen frontón donde rebotar. ¿Responden estos cronistas de la realidad a los ruidos que se producen en el patio de vecinos? Evidentemente sí que ofrecen un trazado de la sociedad de hoy, de las preocupaciones cotidianas de quienes se molestan en mirar a su alrededor y tienen, claro está, la capacidad de discernirlo.

La libertad personal, las relaciones grupales, los atropellos cotidianos se transforman en excusa para arrojar luz sobre nuestros hábitos; una laboriosa tarea de atar los cabos sueltos de nuestra vida privada. Lo cotidiano impresiona porque incumbe a nuestro destino e interesa desentrañar los misteriosos derroteros del diario acontecer.

Durante el último lustro, las crónicas urbanas de Manuel Vicent en *El País* han sido esperadas y leídas con auténtico goce por miles de personas que descubrían en ellas un pálido reflejo generacional. Publicado en "Triunfo" en 1980, su laureado artículo "No pongas tus sucias manos sobre Mozart" exponía las dificultades de un padre de izquierdas para comunicarse con sus hijos, alejados de sus referentes ideológicos. De eso hace siete años. Hoy, Vicent, escritor mediterráneo y luminoso, por lo tanto, continúa hilando fino sobre el entramado de la cercana existencia con sus relatos caústicos y crueles, sin parangón en la prensa española; su lenguaje es despiadado con la realidad y deja resabios, a partes alicuótas, de mordacidad y nihilismo.

La visión de la vida privada que Vicent nos ofrece es ácida. Sobriedad y racionalización de las vísceras de la realidad, su pestilente olor impregna cada una de las líneas; nada es bueno ni malo sino que, simplemente, es. La actitud de Manuel Vicent destila un hondo suspiro telúrico, un naturalismo decimonónico que dinamita la pétreo cotidianeidad. Melancolía, absurdo, mediocridad conforman la mirada de Vicent; de las comisuras de sus bellos emerge una sonrisa sardónica ante la imposibilidad de no ser más que polvo en el viento. Al final de cada jornada sólo queda asirse a la almohada del catre como única tabla de salvación en medio de la procelosa tempestad cotidiana. "Mi cráneo separa esas dos curvas almidonadas de la vida y en medio de la almohada, hundidas por el peso de la memoria y del deseo, están los placeres y las miserias que diariamente me conmueven" ('Almohada', *El País*, 20-10-87).

Las dispares y, a veces, antitéticas opiniones vertidas en unos u otros medios de comunicación son sólo la punta del iceberg. La vida privada se ha complicado sobremanera con el paso de los años. Al entrar en relación con otros alientos y savias más complejas, con las nuevas tecnologías e ideologías blandas, los hombres y mujeres de hoy se sitúan en un proceso imparable de "de-construcción", según la terminología de Derrida, de los nuevos escenarios de la cotidianeidad.

Situaciones impensables hace dos décadas se reproducen con una inopinada facilidad en el momento presente. El auge de los deportes individuales, la moda, los perfumes, los potingues, el culto a la belleza, olvidando, por otra parte, que

ésta es el esplendor del orden como pensaban los griegos, avanzan que algo está ocurriendo pero que pocos intuyen de qué se trata; una fuerte lluvia se avecina.

Cada columna dirige su punto de mira hacia las fobias y filias de los escribientes. Estas personas han conectado con la clave de la arquitectura del edificio social. En este género de literatura de despliegue e intervención inmediata, Vicente Verdú, jefe de las páginas de opinión de *El País*, ha dado suficientes muestras de sensibilidad para captar los entresijos más escabrosos de la vida privada. Todos sus libros se acercan a una u otra vertiente del tema que nos ocupa: "Si usted no hace regalos le asesinarán" (Anagrama); "Las Solteronas" (Dopesa); "El fútbol: mitos, ritos y símbolos"; "Sentimientos de la vida cotidiana" (Ediciones Libertarias); "Noviazgo y matrimonio en la burguesía española" (Edicusa) y "Domicilios" (Ediciones El País). Esta obra recopila parte de su producción en la última página de 'El País' desde cuatro años. Verdú no se propone ser el demiurgo de cosmogonía cotidiana alguna; se limita a ser fiel observador de las partículas del microuniverso que le ha tocado en suerte vivir. El ocio, el agua, el tenis, la moda, las pandas, los tribunales, las arrugas, las farmacias, el perfume, el pijama, las basuras, el cáncer o la varicela son parte de esa gavilla que reúne todas nuestras relaciones con los demás, el entorno y sus objetos. Vicente Verdú criba la realidad para separar el grano del bálago. En "Terror" (4-3-83) hace referencia a las mil caras de la indefensión de los ciudadanos ante las asechanzas domésticas bien a la hora de arreglar el televisor bien en cualquier otra reparación hogareña. En "Mentir" (28-6-83), Verdú elabora una original teoría sobre la mentira —algo tan usual en nuestra vida privada— a raíz del juicio por un asesinato, el de los marqueses de Urquijo. "Nada hay más sugestivo e identificado con nuestra capacidad de vivir que nuestra capacidad de mentir. La verdad es una oblea que nos deja exhaustos de resplandor. Nos hace obvios, es decir, cadáveres. Mientras la mentira circula y parpadea, emboza o cubre a medias, levanta la tapa de las sepulturas cuando morimos o nos esconde en ellas con la mera y ácida simulación de estar dormidos".

La lucidez de este escritor para bucear en los más profundos sinsentidos de sus coetáneos nos asombra en su breve "Quietos" (4-12-87). "Los fenómenos en general, nacionales o internacionales, se entienden mal, pero, además, ya nadie quiere oír hablar más de calamidades. Tras años de terrorismo, misiles, crisis económicas, deuda exterior, el mundo está fatigado. El ideal de los países occidentales reside en la televisión por cable. Casi todos saben que el deslizamiento de la economía mundial traza un horizonte infame. Perdido el control de los fenómenos, los buenos y los malos, parece también perdido el afán por actuar. En cuanto a los ciudadanos, agotada la fe en los gobernantes, han abandonado la fe en que merezca la pena que se haga algo. De esta manera, la idea de fatalidad cunde entre las gentes".

Son breves, cortos, pero significativos retazos de lo cotidiano. Este nuevo género se bifurca en dos caminos. La realidad como límite de lo imaginario y la apariencia como horizonte de la realidad.

## LIBERAR EL CUERPO DE LOS PREJUICIOS

Estos artículos nos hablan de la vida, de la apariencia y sentido de las cosas, de cómo se hacen, cuál es su valor, cuánto cuestan y qué riesgos entrañan. Estos escritores son exploradores de la epidermis contemporánea, de las rarezas, miserias e hipotecas de la vida privada de este siglo; las dificultades que entraña nuestra relación con los demás sujetos.

En este ámbito, son insoslayables las intuiciones, rayanas en lo genial, del sociólogo Josep Vicens Marqués en su sección "Relaciones Personales" del dominical de El País. Los cientos de folios sobre el tema no han agotado aún el donaire y frescura de su pluma. Ya a finales de la década anterior puso en solfa los rasgos definitorios de una de las instituciones más sagradas de nuestra sociedad en "Cariñosa requisitoria contra la familia" ("El Viejo Topo", Extra nº 7, Control Social, 1979) y abogaba por la redefinición del papel de la sexualidad en la transformación social en "Sexualidad: represión, deformación, liberación" ("El Viejo Topo", Extra nº 5, Crítica de la Vida cotidiana, 1979). Su libro "¿QUE HACE EL PODER EN TU CAMA? Apuntes sobre la sexualidad bajo el patriarcado" supuso una bocanada de aire no contaminado en los ambientes progresistas de aquella época.

"Relaciones Personales" es la bitácora de J. V. Marqués donde da rienda suelta a sus, a veces, provocativas insinuaciones sobre las servidumbres culturales judeo-cristianas respecto al cuerpo, el sexo y la naturaleza humana. Esta crítica iconoclasta pone en evidencia, desde la perspectiva del sociólogo, muchas de las carencias para llevar a cabo un desarrollo sin traumas de nuestro cuerpo. Su leit motiv: erotizar la vida. Separar el sexo de todos los prejuicios y convencionalismos sociales para liberarlo e integrarlo en una sociedad decididamente hedonista. Una utopía razonable de erótico esparcimiento.

Escribir sobre la cotidianeidad es escribir sobre las costumbres, los hábitos, los comportamientos que, en última instancia, responden —o al menos antes así sucedía— a una ideología, a unas opciones vitales, a la weltanschauung de la filosofía alemana. Hoy no está tan claro o delimitado que esto ocurra. Asumir unos principios determinados no implica unos comportamientos concretos. Vivimos un tiempo de incesantes contingencias. El profesor francés Gilles Lipovetsky lo ha definido como 'el imperio de lo efímero' en el que "la moda se ha convertido en una forma general que organiza la vida colectiva, y se encuentra en el corazón mismo de la sociedad de consumo, de la publicidad, de la cultura de masas"<sup>3</sup>.

El individuo se revaloriza. En un seminario organizado por el Banco de Bilbao en Madrid, este filósofo francés aseguraba que los ciudadanos de las sociedades avanzadas gozaban en su vida privada de un margen de libertad hasta el momento inédito en la Historia. Según Lipovetsky, "el narcisismo individua-

<sup>3</sup> Sorella, Pedro, "El individualismo ha vuelto, dice Lugotski", en *El País*, 29-X-1987, p. 36.

lista no es sinónimo de irresponsabilidad. Somos más autónomos pero también más frágiles”<sup>4</sup>.

Abundando en esta opinión, el filósofo español Jacobo Muñoz estima que “el juego de la seducción está derivando en narcisismo. Lo que la gente busca es gustarse a sí misma. Pero el nuestro no es un Narciso inocente, sino perverso y más vacío, que se mira en aguas más turbulentas”<sup>5</sup>. Esta idea la completa el pensador galo Patrick Mauriés al señalar que “la seducción hoy es un juego de ilusiones y de alusiones que no tiene fines sexuales, sino sociales”<sup>6</sup>.

Como venimos descubriendo desde líneas más arriba, el cuerpo humano es el tema de la vida privada que más pasiones suscita en los mass media. “El miedo al sexo”<sup>7</sup>, un amplio reportaje anglosajón, aludía al auge del conservadurismo en las costumbres mezclado con el temor provocado por las enfermedades de transmisión sexual, especialmente el herpes genital y el SIDA. “SIDA y sexo” de Karmentxu Marín<sup>8</sup> analizaba los cambios en el comportamiento erótico de los españoles y su incidencia en la vida privada. La discriminación surgía en el horizonte cotidiano por mor del miedo a las enfermedades contagiosas, como es el caso del niño cuya madre murió de SIDA expulsado de un colegio privado de la localidad vizcaína de Durango. El profesor Jacobo Muñoz considera que “la extensión del SIDA y otros factores han hecho que aparezca un nuevo puritanismo, una nueva castidad. No se van a perder algunas libertades sexuales, pero sí está claro que se acaba la promiscuidad, que estamos volviendo a la pareja monogámica”<sup>9</sup>.

En este contexto se ha notado el redescubrimiento del profiláctico, antaño denostado por tiros y troyanos. En estos reportajes, una farmacéutica relataba que cuantos más condones vendía más regalos le hacían los fabricantes y, otro entrevistado, añadía que se volvía a la represión, al amor platónico y al onanismo al comparar el condón con el cinturón de castidad. La periodista Rosa Montero, en clave de humor, hacía un elogio del condón equiparándolo a la categoría de ordalía en las relaciones amorosas. (‘Condoneros’, *El País*, 21-3-87)

El escritor Mario Benedetti también reflexionó, a lo largo de los últimos meses, sobre “La identidad del cuerpo”<sup>10</sup>. Frente a la inmanencia de la identidad de los pueblos, la perspicacia de Benedetti nos invita a recapitular sobre la influencia de los cuerpos. “Cuando en el colmo de la soberbia podemos llegar a creer que el mundo es nuestro, una punzada en el hígado, una transitoria taquicardia o un simple golpe de ciática nos traen dolorosamente a la realidad y

<sup>4</sup> *Ib.*

<sup>5</sup> Muñoz, Jacobo, “La curva es bella”, en *El Globo*, nº 6, 13-19 noviembre, pp. 56-60.

<sup>6</sup> Citado por Muñoz, Jacobo, *ar. c.*

<sup>7</sup> “El miedo al sexo”, en *El País, Suplemento dominical*, 12-VII-1987.

<sup>8</sup> Marín, Karmentxu, “SIDA y sexo”, *Rev. Domingo en El País*, 5-IV-1987, p. 8.

<sup>9</sup> Muñoz, Jacobo, *ar. c.*

<sup>10</sup> Benedetti, Mario, “La identidad del cuerpo”, en *El País*, 4-X-1987, p. 9.

nos recuerdan la fragilidad de nuestra existencia, el delgado hilo del que siempre pende nuestro futuro”.

El círculo de Bellas Artes de Madrid organizó, durante el último trimestre de 1987, una serie de conferencias bajo el sugerente título de “El Cuerpo, escenario para la libertad” en las que participaron significativas personalidades del pensamiento moderno como Gianni Vattimo, Susan Sontag y Guillermo Cabrera Infante, que en sus ponencias respectivas, “El cuerpo desmitificado”, “El cuerpo y sus metáforas” y “Mens Insana”, esclarecieron algunas de las pautas de comportamiento de la así llamada modernidad. Aunque la locura es un estadio patológico en el que cualquier persona puede caer fácilmente (Cabrera Infante), hoy resta por liberar el cuerpo como hilo conductor de la multiplicidad (Vattimo).

## EL HORROR DE LA COTIDIANEIDAD

El escritor Félix de Azúa, que con su última novela “Diario de un hombre humillado” ganó el Premio Herralde 1987 de la Editorial Anagrama, se sumerge en los mares interiores de la realidad para alcanzar la conclusión de que “la vida es horrorosa, y el horror está presente en la cotidianidad. Basta con poner la televisión para darse cuenta de cómo está el patio”<sup>11</sup>. Un dato confirma este presentimiento. En la última semana de septiembre del pasado año, según los resultados del audímetro, 19 millones de españoles mayores de 10 años seguían el concurso “Un, dos, tres”, situándolo a la cabeza de las preferencias televisivas. El audímetro es un artilugio tecnológico que permite tener conocimiento instantáneo de la presencia de espectadores ante el televisor ya que se encuentran instalados en sus propios domicilios.

En el límite, la vida privada nos revela el *aura mediocritas* que nos gobierna. Así lo entiende el filósofo Eduardo Subirats al afirmar que “hoy flama genios a sus más oportunistas esbirros, y aplaude gritonamente como renacimiento lo que no es más que su vergonzosa claudicación cultural, la banalidad de los medios de masas, el oportunismo de los intelectuales, el arribismo comercial de los artistas. Lo suyo es la gloria de la eternidad al lado de la miseria cotidiana”<sup>12</sup>.

En esta línea de pensamiento, y diametralmente opuesta a la hipótesis de trabajo que hemos defendido en estas páginas, la revista postmoderna (¡!?) SUR EXPRES en su número inaugural en abril de 1987, sacaba en portada un debate sobre el declive del éxito individual bajo el título genérico de “La ira de los frustrados”. En páginas interiores un editorialista de la publicación se estrenaba escribiendo que “la concepción colectiva del éxito personal permanecía dormida

<sup>11</sup> De España, Ramón, “El horror cotidiano. Entrevista a Félix de Azúa”, en *El Globo*, nº 10, 11-17, diciembre 1987, p. 90.

<sup>12</sup> Subirats, Eduardo, “Elogio de la mediocridad”, en *Diario 16*, 8-12-87, p. 2.



en la mediocre estancia de la supervivencia y la autorrepresión en una época en la que el triunfo en la vida debía circunscribirse al entorno familiar. Y ser 'ingeniero' o dar un 'braguetazo' cimas de la ambición social"<sup>13</sup>. Según SUR EXPRES, la sociedad contemporánea oscilaba entre los ganadores sociales y los perdedores sin remisión. "La sociedad se ha transformado en un paraje agreste y sin fronteras; la competitividad devastadora, el sueño de la fama, la hiperpublicidad, el supermarketing, la clarificadora idea de que 'esto son dos días' y la conciencia de que 'sitio' sólo hay para unos pocos, ha generado un cambio radical en el comportamiento colectivo. El nuevo héroe, el famoso, el triunfador que gana muchísimo dinero y encima se divierte, se ha convertido en religión de nuestros días. Y al otro lado de la línea quedan los frustrados, los que sospechan su fracaso y saben que equivale a la más pura inexistencia. El ejército de los frustrados, esa esperanza revolucionaria del futuro, se ha puesto en movimiento y ya deja sentir su ira por las calles"<sup>14</sup>.

Pero, ¡jojo al parché! No todas las revistas están, ni con mucho, de acuerdo con esta declaración de esperanzas. Dos ejemplos nos servirán como muestras, las dos últimas revistas aparecidas en el mercado; una para hombres, otra para mujeres. Simplemente nos limitaremos a reproducir sus anuncios de lanzamiento. Que el desocupado lector saque sus conclusiones.

"MARIE CLAIRE 16" en su presentación reclamaba la atención de una mujer magnética, apasionada, rebelde, imaginativa, excéntrica, creativa, liberal, activa, inquieta, romántica... y española. Epítetos que eran toda una declaración de principios de la mujer del futuro; cada adjetivo acompañaba una fotografía de una modelo con poses ad hoc.

"MAN - El Hombre que viene", dejaba la siguiente tarjeta. "SI ERES HOMBRE y sólo crees en ti mismo, porque ya no te fías ni de ideologías ni de mensajes vacíos. Si eres hombre y no tienes prejuicios que te impidan devorar nuevas sensaciones. Si eres el protagonista absoluto de tu propio devenir y siempre actúas según tus convicciones. Si eres ecléctico en política, efectivo en lo profesional, decidido en el amor y exclusivo en tus preferencias. Si te preocupa la estética y te reconoces equilibradamente hedonista, a la vez que crees en la solidez de los sentimientos y en la calidad de vida. Si eres hombre y te gustan las mujeres guapas e inteligentes y los hombres que rompen moldes. Si eres el hombre que viene, LEE MAN. El hombre visto desde el hombre. El lado humano y carismático de los protagonistas de nuestro tiempo, de los catalizadores del futuro. Entrevistas sólo con personajes humanamente interesantes. Mujeres con algo más que un buen cuerpo que enseñar. Y toda la información que el hombre que viene necesita sobre moda, música, cine, arte, libros, viajes, coches, motos, escena, negocios y sociedad en acción".

Pese a la extensión de las citas, al traerla a colación pretendemos mostrar una cara del prisma social. Sin duda hay un público para esa clase de revistas.

<sup>13</sup> "El ocaso de la sociedad del éxito", Editorial, en *Sur-Expres*, 15-IV, 15-V de 1987, nº 1, p. 41.

<sup>14</sup> *Ib.*

## EL 'GRAN HERMANO' VISITA NUESTRA VIDA PRIVADA

Una de las luces rojas de alarma sobre la presencia cada vez mayor del Estado español en la vida privada de sus ciudadanos la encendió el semanario *El Globo* con un reportaje sobre el estado comisario, titulado "DESNUDOS ANTE EL ESTADO"<sup>15</sup>. En el informe se describía las redes informáticas del Estado: Policía, Hacienda y Sanidad que al quedar interconectadas tendrán toda la información detallada de cualquier español. Con los datos de estos ministerios nuestra vida privada quedará a merced del capricho de los duendes del silicio. El nuevo carnet de identidad incorporará, a partir de 1988, todo referente que aporte la más mínima información sobre nosotros. En los últimos 5 años, el Defensor del Pueblo ha recibido más de 90.000 denuncias por abusos informáticos referidos a la actividad privada de los afectados.

También este semanario con grandes dosis de pretenciosidad nos descubrió la tercera España, la que funcionaba integrada por una caterva de jóvenes profesionales urbanos que han accionado el motor de la historia reciente de nuestro país. Desde el presidente del Banco de Vizcaya hasta el rector de la Universidad Complutense, pasando por artistas de moda, todos ellos son los únicos que, al parecer, avivan el fuego del progreso social<sup>16</sup>.

## EL ARTE DE SABER VIVIR

Decíamos que las mediaciones informativas también transmitían el significado de la vida privada a través de secciones especializadas y la publicidad. El escaso espacio que nos queda y el temor a resultar prolijos en la exposición, a esta altura de artículo, nos obligan a mencionar de refilón estos dos géneros.

El nombre de las secciones creemos que aportarán las resonancias precisas para inducir los contenidos. Estos son. 'Todos Guapos' (Diario 16); 'Tiempos Modernos' (EL GLOBO); 'Estilo' (El País); 'Guía' y 'Tiempo de vivir' (Tiempo); 'Vivir Hoy' (Cambio 16); 'La Vida' y 'La Sociedad' (Epoca); 'Gente a la última' (Diario 16). Los contenidos básicos no difieren en ninguna publicación y fundamentalmente son la moda, el maquillaje, los viajes, nuevas experiencias sociales, avances médicos, decoración, consumo, ciencia, tecnología, entre otros.

Entrar a analizar, por último, los mensajes publicitarios sería una tarea que por lo menos nos ocuparía otros 15 folios pero queden como reflejos de lo que hasta aquí hemos defendido los siguientes lemas. PARA EL HOMBRE COMPLETO (Adidas) que ASPIRA A MUCHO (Ducados) VIVIR ES INVENTAR

<sup>15</sup> Pérez Díaz, Santiago, "Desnudos ante el Estado", en *El Globo*, nº 6, 13-19 noviembre 1987, pp. 13-26.

<sup>16</sup> Rivas, Manuel, "LA TERCERA ESPAÑA. El país que funciona. La sociedad civil al frente de la modernidad", en *El Globo*, nº 1, 9/15-X-1987, pp. 30-41.

EL TIEMPO JUNTOS (Renault 21) para poder disfrutar al máximo EL ARTE DE SABER VIVIR (Ford Scorpion) porque CUANDO SE PONE UN PIE EN EL LUJO ES IMPOSIBLE SACARLO (calcetines Burhington).

Toda una filosofía de la vida privada.

Lo cierto, desavisado lector, es que la vida privada sirve de cuartada para la inacción social. La ley del péndulo, otra vez. De los grandes compromisos para transformar la sociedad hemos pasado a la exaltación de la unicidad para consolidar los logros conseguidos durante las últimas dos décadas. Cuanto mayor sea la amenaza de una guerra nuclear, un conflicto bélico generalizado, de un crack económico internacional, del agotamiento de los recursos naturales o de una catástrofe cósmica, menos en serio se tomará el común de los mortales su quehacer histórico.

En su conjunto, la vida privada según los medios de comunicación sugiere que éstos soportan la apariencia del dinero como elemento social; el dinero como generador de ilusiones. Los mass media engendran el snobismo, son el caldo de cultivo adecuado al mismo. Al respecto, en los años cincuenta, Lionel Trilling sostenía que las emociones dominantes del esnobismo eran la intranquilidad, la conciencia de uno mismo, la defensa propia, la sensación de que uno no era del todo real, pero de que en alguna forma podía adquirir realidad<sup>17</sup>.

Las referencias massmediáticas a la vida privada nos evidencian una sociedad cambiante que pone todo su énfasis sobre la apariencia. A lo mejor siquiera esto es verdad porque lo que la gente entiende es lo que construye su historia personal —la alegría, el frío, el hambre, el dolor, la muerte— y estos flujos se entremezclan y envuelven en una espesa madeja.

Al ponderar la teleología de las relaciones como horizonte más próximo se hace imposible avanzar más allá de lo que un palmo de cuello permite divisar. Se huye de la complicación.

---

<sup>17</sup> Trilling, Lionel, "Las maneras, los hábitos y las costumbres", en *Más allá de la cultura*, Ed. Lumen, Barcelona 1968, p. 244.