

Cuando la sensación de vivir arrebatada la vida Educación para la ñoñez

Jesús María Ayuso Díez

Catedrático de Bachillerato.

Miembro del Instituto E. Mounier.

El cartel que el Ministerio de Sanidad y Consumo con la Junta de Extremadura acaba de editar en su campaña contra la droga me ofrece la ocasión para este artículo. Lo abordaré como espejo que nos devuelve nuestra propia imagen: lo que hacemos y lo que somos. De eso hablaré, y no de las drogas.¹

¿Qué vemos en el mismo? Un joven escalando una pared de montaña junto a un salto de agua, dos jugadores de baloncesto disputando una canasta y, en primer plano, un chico y una chica que, enlazados los brazos al cuello, trenzan sus miradas amarillentadas, todo en tonos muy suaves entre los que resalta el azul celeste. Centrado en su parte superior, el lema que explica tales escenas: *Tienes miles de sensaciones que vivir antes que las drogas*. Hasta aquí lo que detecta una primera ojeada sobre el cartel. Si nos fijamos un poco más, observamos que, en torno a esos jóvenes, se ha esfumado el mundo, reducido a simple piedra de toque de la sola autosatisfacción. La pareja —pretendido modelo de la juventud a la que va destinado el anuncio— resulta en este sentido paradigmática: no está en ningún lugar, como si —taumaturgia del abrazo— residiera en las nubes... o en alguno de esos programas juveniles, de risa floja, tan profusamente emitidos por la nodriza más influyente con que conta-

mos: la TV. En definitiva, nos encontramos ante la típica estampa que se dice juvenil, ejemplar característico de la mixtificación hoy imperante de lo joven. Su lema sería: *A lo idílico por la desmundanización*.

¿Es de recibo dicha imagen? El aroma almibarado que despierta resulta empalagoso, ñoño y falseador de la realidad. ¿Por qué se ignora el mundo en el que todos vivimos, los jóvenes y los demás? ¿Será que se pretende preservarlos del ambiente encerrándolos en una cápsula? A tenor del lema que tales estampas ilustran, cabe colegir que la burbuja protectora la componen esas dichas sensaciones en las que uno se recrea, aunque a la postre se disuelve. Al carecer del coraje de mantener la mirada, amontonamos vendas para no ver el entorno displacentero. Nos perdemos en ensueños, pues que intentar cambiarlo queda más lejos aun de nuestro afán. Esto no puede menos de sonar trasnochado, pero la explotación y el hambre y la muerte consiguientes siguen existiendo, y pretender ignorarlos nos hace cómplices suyos, además de empujarnos por la pendiente de pusilanimidad por la que hace tiempo nuestra cultura se desboca: O le reconocemos a la realidad sus fueros o ella acabará imponiéndonoslos. En este sentido, algo que de verdad sorprende es que este cartel

acaramelado y sin duda insolidario a fuerza de narcisista haya sido editado en plena Campaña en pro del 0'7 % del PIB, donde tantos jóvenes han descubierto que la vida misma, plagada, bien cierto es, de injusticia y de miseria, tiene el relieve suficiente como para que sea digno responder a sus requerimientos, sin necesidad de acudir al subterfugio de la sensación de vivir. Basta para ello con abrir los ojos y los oídos, y descubrir los rostros hambreados que pueblan nuestro mundo, ese mismo mundo que dejamos al otro lado del muro que nuestra *sensación* de vivir levanta. Muy lejos ha de haberse quedado la vida para que demandemos sensaciones de vivir, y mucho tiene que haberse encogido nuestra existencia para que, en lugar de vivir, nos conformemos con un sucedáneo suyo. Nuestra situación tiene todos los visos de la realidad virtual, suplantadora de la realidad viva, de la que nos hemos desvinculado. Cuando esta desvinculación alcanza su apogeo, la existencia humana pierde densidad, se encuentra vacía y demanda *experiencias* y espasmos que la llenen, que lo hagan a uno sentirse vivo, o, mejor dicho, arrebatado —si es preciso, por miles de vientos y otros maléficos chutes en que desbocarse—.

El emblema de ese vaciamiento es la fría divinidad imperante, la que se ha convertido en medi-

da de todas las cosas, cuyos templos alzan su mole en las plazas y calles más céntricas de nuestras ciudades en un variopinto y alucinógeno juego de neones; deidad a la que sin escrúpulo alguno sacrificamos nuestras vidas y las ajenas, y a cuyos sacerdotes sin rubor reconocemos como los únicos profetas; ésa cuya voz hace temblar nuestras carnes y por cuya falta nuestro corazón se duele: el Dinero. ¿Acaso no nos confesamos ante el director de la entidad crediticia, cuya oficina por ello hace las veces de confesionario? Al menos ésa es, una vez en ella, nuestra secreta esperanza: confiamos en salir de allí limpios de culpa, libres de deuda; en suma, tranquilizados, esto es, con el crédito concedido (tan verdadero es esto que esta palabra es entendida preferentemente en su sentido financiero, hasta el punto de que, para recuperar el sentido de confianza, se recurre a la extravagancia de *credibilidad*).

Si alguna ventaja nos queda a nosotros es que, a estas alturas de la Historia, no cabe llamarse a engaño; si alguna lección encierra la que se ha dado en llamar *post-modernidad* es ésta: recuperar la vitalidad propia —tras el progresivo vaciado por aislamiento que ha supuesto el desquiciamiento de la Modernidad— es imposible sin la *apertura ética* —responsable y respondiente— al pobre. Otras alternativas revitalizadoras acaban todas en el Mercado —sección *sensación de vivir*—, porque de él nacen, de esa autosatisfacción que el *yo* ha instituido en principio único. Ciertamente, el Mercado es potente y puede engullir también el discurso y la exigencia que la persona encarna: La lucidez y el discernimiento son por ello una exigencia ética, pues ¿cómo hablar de revitalización dándole la espalda

al hambre? Una de las estrategias del Mercado Despersonalizador es la de testificar la muerte del sujeto y certificarla con carácter definitivo, al tiempo que nos asegura que al alcance de cualquiera está encontrar la chispa de la vida embotellada o sobre cuatro ruedas o luciendo algún trasto de diseño: «El hombre ha muerto. ¡Viva el (Hiper)Mercado!» —como ha escrito Carlos Díaz—. El principio *pienso, luego existo*, cuyo desarrollo ha sido toda la filosofía moderna, ha culminado en el aislamiento, propio del autismo, en el que desemboca la autorreferencia. Esto significa que la Modernidad ha tocado fondo, que ha alcanzado el punto desde el que se hace imposible cualquier rectificación que no se plantee con absoluto rigor un nuevo canon, una nueva metafísica. Del *pensar* hemos pasado, hipertrofiándolo, al *aturdimiento* característico de la *sensación* de vivir —y de pensar—: Éste es el lugar común en el que se reconoce nuestra cultura. Concebir que la vida consiste en almacenar experiencias equivale a convertirla en un mortecino inventario autocomplaciente, sin llegar a ver que vivir es un movimiento por el que el *yo* sale de sí mismo, se desborda y se contagia. Cada uno, ensimismado, queda bloqueado *sintiéndose* un maravilloso foco de irradiación, en vez de irradiar y consumirse fecundando. La vida humana crece dándose, desviviéndose, no guardándose, por más que esto lo juzgue absurdo nuestra mezquina mentalidad contable. Clausurada en sí misma, por su propia lógica esclerotizadora, genera violencia y reclama experiencias *fuertes* como el arrebató y el espasmo que políticas de corte fascista (*sangre, tierra y fuego*) se aprestan a satisfacer. El *yo* vaciado ha llenado sus entrañas de sus

propiedades, dispuesto ante todo a imponerles su cuño, aunque ello lo estrague. Cuanto más quiere afirmarse como sola medida, libre de cualquier referencia externa, tanto más asola su entorno. Narciso alberga en su seno la destrucción. Por esta razón la conciencia alcanzará la *lucidez* cuando rebase todo retorno sobre sí misma que la embota; cuando se voltee en *responsabilidad por el otro*, por el que la incomoda pues la saca de sus casillas bunkerizadas: El empobrecido. En conclusión, si a nuestra cultura le cabe aún la posibilidad de oxigenarse habrá de ser porque se abra al *otro*, aunque, vista la abulia que nos invade, mejor será decir porque el *otro* la inspire y la convierta o voltee.

La alternativa a la flojera dominante no está en la narcisista sensación aisladora y alienante. ¿Nos conformaremos con calambrazos periódicos que nos hagan creernos vivos o, por el contrario, nos desviviremos por transformar un mundo injusto y yermo en un hogar habitable por todos?

El reto está, pues, en diseñar otro cartel. Y en darle vida. **A**

Nota

1. Este artículo apareció ya en la publicación local *La plaza de Trujillo*, nº II, Diciembre 1994.