

«LIGHT» es la palabra mágica que está hoy de moda. Con ella se trata de vender una serie de productos de menor valor energético, con el fin de conseguir

## LA VIDA «LIGHT»: EL IMPERIO DE LO TRIVIAL

Por Enrique ROJAS

falta de una proyección personal coherente y atractiva que tenga la suficiente garra como para arrastrarle hacia el futuro. Además si atra-

«LIGHT» es la palabra mágica que está hoy de moda. Con ella se trata de vender una serie de productos de

## LA VIDA «LIGHT»: EL IMPERIO DE LO TRIVIAL

Por Enrique ROJAS

falta de una proyección personal coherente y atractiva que tenga la suficiente garra como para arrastrarle hacia el futuro. Además si atra-

menor valor energético, con el fin de conseguir una línea esbelta. Se llevan una serie de bebidas, alimentos, tabaco y similares que son «ligeros» en su contenido. Es la «coca-cola» sin cafeína, la cerveza sin alcohol, el tabaco sin nicotina, el azúcar sin glucosa o el queso sin grasa, entre otros. Se puso de manifiesto hacia los años ochenta en Estados Unidos de la mano de los «joggings» y los gimnasios. Pronto llegó a Europa y se extendió por todo el mundo. Desde que aparecieron los primeros productos de consumo, éstos han ido creciendo de forma exponencial: leches desnatadas, mermeladas con poca azúcar, pan, cremas sin nata, refrescos, mayonesas, aceites, etcétera. Lo «light» lleva implícito un verdadero mensaje: todo ligero, suave, a su gusto, descafeinado, liviano, aéreo, débil, reducido y amortiguado en su contenido: parece el retrato de un nuevo tipo humano de nuestros días. Hay que tomarlo todo sin calorías, este es el nuevo tópico. Los alimentos con este adjetivo son especiales para el ejecutivo de nuestros días, que come con frecuencia fuera de casa, de forma poco ordenada y que, a la larga, ha aumentado de peso y tiene un exceso de colesterol (nombre ya mágico para los consumidores) y triglicéridos.

La sociedad actual ha perdido el rumbo de adónde va. Ahora ya no hay grandes polémicas sobre las encrucijadas de la existencia: la muerte, el sufrimiento, la angustia, la injusticia... Un ejemplo: hace unos años se desató una enorme polémica por el tema del ciclamato, prohibiéndose éste y generalizándose la sacarina. Otro: las campañas napoleónicas contra los fumadores han sido terribles: todavía recuerdo hace muy poco, en un viaje mío a Londres, que estando en la sala de espera, me colé fumando en pipa en la «no smoking area» y vino el encargado del tema enfadadísimo, porque había traspasado unos metros el umbral de la zona no

esfuerzos ni luchas contra uno mismo. Cualquier resultado es bueno. La vida es el triunfo de los «mass-media». Eso es lo que apuntó Guy Debord en su libro «Comentarios sobre la sociedad del espectáculo»: la discusión actual está vacía, los medios de comunicación se aprestan a darnos noticias e informaciones, que en el fondo «no dicen nada». Es una tarea impropia para «no aportar nada, para seguir en la línea de divertirse y pasarlo bien». Sociedad frágil, cogida por hilos demasiado finos, que están a punto de romperse.

Hay dos notas descriptivas que envuelven este clima. Una, la «apabullante frivolidad»: todo se va tornando epidérmico, superficial, tópico, la inconsecuencia de vida está a la vuelta de la esquina, lo importante es seducir, provocar, ser divertido. La consecuencia de esto va a ser el estallido de una mediocridad pública. Se trata de una especie de «socialización de la trivialidad y de lo mediocre».

La otra nota que quiero subrayar es «el ascenso del egoísmo humano hasta cotas muy altas». Es uno de los males de nuestro tiempo. La insolidaridad. El pensar sólo en uno mismo. Cuando la vida es de dos personas, ya hay problemas. Pensemos en lo difícil que se ha ido haciendo en los últimos años la estabilidad conyugal. ¿Cómo puede ser esto tan complicado? La respuesta hay que buscarla en la ausencia de grandes ideales y en el derrumbamiento de los valores no sólo humanos, sino también espirituales.

En fin, nos encontramos ante una sociedad cada vez más complicada y difícil de esquematizar en unos cuantos rasgos, ya que surge un tropel de nuevos envites inesperados y cale-

vesamos este «desierto» que he descrito sin ningún apoyo trascendente, es más desolador todavía. Por tanto, el narcisismo, la búsqueda personal constante y la obsesión por el hedonismo inmediato vuelven al hombre indefenso.

Por otra parte, las actividades habituales se vuelven cada vez más difíciles: la educación de los hijos, mantener un matrimonio estable, saber transmitir un orden y una disciplina al educar, ejercer la autoridad, engordar (ay, el drama de unos kilos de más para la mujer actual), irse de vacaciones, etcétera.

Se puede decir, llegados a este punto que el «hombre light» es sumamente vulnerable». Tiene un cierto atractivo de entrada, es chispeante y divertido, pero de salida ofrece su auténtica imagen: vacío de valores, siempre centrado en el dinero y en el pasarlo bien, huérfano de espiritualidad, centro en la evasión y lleno de contradicciones. El novelista P. Handke, en su obra «La mujer zurda», cuenta una historia que es

bastante verosímil en la actualidad: se trata de una mujer casada que le pide a su marido que la deje sola durante una temporada, porque necesita estar sola. Pero no desea esto para analizar su situación afectiva o para pensar en el futuro desde su pasado. No es así. Se trata de una «soledad indiferente», extraña, rara. Todos los personajes que aparecen en esta obra viven algo parecido. No es ni la soledad de los héroes, ni la de Marcela la pastora indómita de Cervantes, ni tampoco la que describe Baudelaire con su «spleen». Carece de dimensiones profundas.

Soledad y comunicación interior suelen formar una estructura. Pero en el hombre «light» no ocurre así. En ella hay también banalidad porque



Enrique Rojas  
Catedrático