

LA SOCIEDAD LÍQUIDA

Otros hablan de modernidad líquida, humanidad líquida o vida líquida. Lo cierto es que el término es un ramalazo de luz sobre nuestra actual sociedad consumista que nos preocupa y, por supuesto, nos debe hacer pensar.

En 2005 se publica un libro con el título “**Vida líquida**”.

Su autor es **Zygmunt Bauman**.

Se trata de un escritor polaco (Poznań, Polonia, 19 de noviembre de 1925) que es a la vez sociólogo, filósofo y ensayista. Es de origen judío.

Su obra, que comenzó en la década de 1950, se ocupa, entre otras cosas, de cuestiones como las clases sociales, el socialismo, el holocausto, la hermenéutica, la modernidad y la posmodernidad, el consumismo, la globalización y la nueva pobreza.

Desarrolló el concepto de la «*modernidad líquida*», y acuñó el término correspondiente. Junto con el también sociólogo Alain Touraine, Bauman recibió el Premio Príncipe de Asturias de Comunicación y Humanidades 2010.

En el planteamiento de Bauman, la búsqueda de la identidad es la tarea y la responsabilidad vital del sujeto, y esta empresa de construirse a sí mismo constituye al mismo tiempo la última fuente de arraigo.

Bauman plantea que en la modernidad líquida las identidades son semejantes a una costra volcánica que se endurece, vuelve a fundirse y cambia constantemente de forma. El autor piensa que éstas parecen estables desde un punto de vista externo, pero que al ser miradas por el propio sujeto aparece la fragilidad y el desgarramiento constante.

Para profundizar en el pensamiento de Bauman y su “*Vida líquida*” tomamos, en resumen, unas palabras de **Cinta Barrero**, corresponsal de la revista Esfinge en Reus, en un artículo titulado “**Zygmunt Bauman y la sociedad líquida**”.

La vida líquida

Es una vida caracterizada por no mantener un rumbo determinado, pues al ser líquida no mantiene mucho tiempo la misma forma. Y ello hace que nuestras vidas se definan por la precariedad y la incertidumbre. Así, nuestra principal preocupación es no perder el tren de la actualización ante los rápidos cambios que se producen en nuestro alrededor y no quedar aparcados por obsoletos.

En su libro La vida líquida, el diagnóstico sobre la sociedad de consumo en la que vivimos es demoledor por certero y al mismo tiempo conmovedor.

1 - La sociedad líquida produce triunfadores egoístas

Zygmunt Bauman define la sociedad moderna líquida como aquella sociedad donde las condiciones de actuación de sus miembros cambian antes de que las formas puedan consolidarse en unos hábitos y en una rutina determinada.

Esto, evidentemente, tiene sus consecuencias sobre los individuos porque los logros individuales no pueden solidificarse en algo duradero, los activos se convierten en pasivos, las capacidades en discapacidades en un abrir y cerrar de ojos.

Por tanto, los triunfadores en esta sociedad son las personas ágiles, ligeras y volátiles como el comercio y las finanzas. Personas hedonistas y egoístas, que ven la novedad como una buena noticia, la precariedad como un valor, la inestabilidad como un ímpetu y lo híbrido como una riqueza.

El nuevo modelo de héroe es el triunfador que aspira a la fama, al poder y al dinero..., por encima de todo, sin importarle a quién se lleva por delante.

2 - La sociedad moderna líquida orquestada por el consumo

La vida líquida asigna al mundo y a las cosas, animales y personas la categoría de objetos de consumo, objetos que pierden su utilidad en el mismo momento de ser usados. Los objetos de consumo tienen una esperanza limitada y, cuando sobrepasan este límite, dejan de ser aptos para el consumo, se convierten en objetos inútiles. Las personas, también somos objetos de consumo: pensemos en el trato que nuestra sociedad da a nuestros mayores o en las industrias del sexo. En una sociedad así la lealtad y el compromiso son motivo de vergüenza más que de orgullo porque son valores duraderos.

En un mundo de carácter empresarial y práctico como el que vivimos (un mundo que busca el beneficio inmediato), todo aquello que no pueda demostrar su valor con cifras es muy arriesgado. Por tanto, materias de estudio como la historia, la música, la filosofía..., que contribuyen al desarrollo del ser humano, más que una ventaja social, política o económica son un peligro. Porque el ser humano ha dejado de tener valor "humano" para pasar a ser un simple objeto de producción o consumo.

3 - Individuo asediado, planeta asediado

¿Cómo es el individuo que vive en esta sociedad de vida líquida? Zygmunt Bauman nos dice que es un individuo asediado. Porque busca su individualidad, singularidad y aquí viene la gran contradicción.

La individualidad sería la autenticidad, como ser fiel a uno mismo, ser el yo real. Pero ya hemos visto que para la sociedad moderna líquida la fidelidad no es un valor sino todo lo contrario. Entonces, ¿qué es la autenticidad que busca este individuo asediado?

La autenticidad, la individualidad, la singularidad en una sociedad moderna líquida es ser como todos los del grupo, ¡una auténtica y gran contradicción! Es decir, los individuos han de ser asombrosamente parecidos, deben seguir una misma estrategia vital y usar señas compartidas, reconocibles e inteligibles por el resto del grupo (las marcas de consumo, el comportamiento, las modas, el gusto por el arte...).

La sociedad obliga a ser únicos, pero ella misma da las pautas para conseguirlo. Para satisfacer esa necesidad de individualidad, nada de buscar en nuestro interior: la autenticidad se encuentra bebiendo un determinado producto, llevando una marca de ropa interior, hablando con un determinado móvil, conduciendo un determinado coche... Todos llevan o quieren llevar las mismas marcas, van o quieren ir de vacaciones a los sitios que se han puesto de moda, leen los mismos best sellers... y todos se creen singulares. ¡Increíble!

4 - Los directores de la orquesta: engaño, exceso y desperdicio

Bauman nos dice que esta sociedad de consumo justifica su existencia con la promesa de satisfacer los deseos humanos (remarco: materiales) como ninguna otra sociedad lo ha hecho, aunque esta promesa de satisfacción solo resulta atractiva siempre y cuando los deseos no sean del todo satisfechos.

Por tanto, la realidad es que la no satisfacción es el motor de la economía. La sociedad de consumo consigue esta permanente insatisfacción por dos vías:

1) *Denigrar y devaluar los productos al poco tiempo de haber salido, sacando otros nuevos;*

2) *Satisfacer cada necesidad o carencia de tal forma que dé pie a nuevas necesidades o carencias.*

Para mantener las expectativas vivas y para que las nuevas esperanzas ocupen rápidamente el vacío dejado por las obsoletas, la distancia entre la tienda y el cubo de la basura tiene que ser muy corta y la transición muy rápida.

El consumismo es una economía de engaño, exceso y desperdicio. Pero, al mismo tiempo, son el engaño, el exceso y el desperdicio los que garantizan el funcionamiento de la sociedad. La historia avanza hoy como una fábrica de residuos.

Una sociedad de consumidores no es solo la suma de individuos consumistas. Es una totalidad, se trata de un auténtico síndrome: un cúmulo de actitudes y estrategias, disposiciones cognitivas, juicios y prejuicios de valor, supuestos explícitos y tácitos sobre el funcionamiento del mundo y cómo desarrollarse en él, imágenes de felicidad y cómo alcanzarla.

5 - Pensar en tiempos oscuros

Zygmunt Bauman alerta de que las dos acusaciones que lanzó Karl Marx contra el capitalismo, su carácter derrochador y su iniquidad moral, siguen totalmente vigentes. Lo único que ha cambiado es el alcance del derroche y de la injusticia: ambos han adquirido dimensiones planetarias.

La era del Primer, Segundo y Tercer Mundo ha llegado a su fin para dejar paso a la era de la Globalización.

Para la mayor parte de habitantes del planeta la globalización ha supuesto un deterioro de sus condiciones de vida. Esto, hace años, era muy patente en el Tercer Mundo, donde la crisis alimentaria es endémica desde hace décadas. Ahora, con la crisis económica que estamos sufriendo, el deterioro de las condiciones de vida ha llegado también al Primer Mundo. Y es que la globalización ha sido eminentemente empresarial.

6 - El ocaso de los valores

Queda bastante claro que la vida líquida no da cabida a la realización espiritual de la mujer o del hombre, y que los valores que propugna, si los podemos llamar valores, son de una altísima volatilidad y relativismo; y del relativismo, donde nada es absoluto, donde nada es malo ni bueno, de esta tolerancia interminable nace la indiferencia pura.

La pérdida de referentes claros y fuertes nos hace caminar a ciegas. Vivimos en el ocaso de los valores humanos y esto es realmente un drama para todos los seres humanos.

La sociedad moderna líquida es artificial, poco tiene de humana porque precisamente no se sustenta los valores humanos atemporales, sino en los materiales. Nos hace creer que nos lo da todo a cambio de nada, cosa que no es cierta. El precio que se paga por ello es convertirse en ese humano asediado o ese hombre "Light" que simplemente escoge egoístamente lo que más le conviene o gusta en cada momento.

7 – Una llamada a la esperanza

Bauman aclara que esta insatisfacción forma parte del mecanismo, pero esto no es mérito de la maquinaria de la sociedad de consumo porque al ser humano los objetos materiales nunca lo podrán satisfacer del todo, porque no vienen de nuestro interior. Recordemos la vieja leyenda hindú: Brahma, enfadado por el comportamiento de los seres humanos, escondió la felicidad en los corazones de los hombres y las mujeres, consciente de que les costaría mucho encontrarla; pero también, consciente de que así siempre la llevarían con ellos.

Hoy parece que las cosas están del revés y cuesta un poco ser optimistas. La actual crisis económica está haciendo aflorar conductas egoístas y mezquinas a nivel de Gobiernos e individuos. Nosotros apoyamos la idea de asumir responsabilidades y de encontrar soluciones planetarias para unos problemas que son globales. También se están encendiendo muchas lucecitas en los corazones de la gente, que se traducen en solidaridad, generosidad, entusiasmo, coraje, valor, porque hay muchos Quijotes que están rasgando los velos de esta vida líquida intentando solidificarla, trabajando por cambiar la actitud cavernícola de tener por la humana de ser.

Sí, es cierto que vivimos en el ocaso de los valores humanos, pero detrás de cada ocaso viene una nueva salida del sol, una regeneración. Y únicamente depende de nosotros que los valores humanos vuelvan a brillar y guiar el rumbo de nuestras vidas.

Hasta aquí las palabras de Cinta Barrero. El artículo completo se puede leer en la revista digital *ESFINGE*, *Apuntes para un pensamiento diferente*. Merece la pena.

Estas palabras merecen una reflexión personal sosegada y un diálogo sincero. Aprovechemos la oportunidad... y si llegamos al texto original de Bauman ¡tanto mejor!

Florentino Gutiérrez Sánchez. Sacerdote
www.semillacristiana.com

Salamanca, 5 de octubre de 2016