

El malestar social

JOANA BONET

LA VANGUARDIA, 9.06.10

El mundo insiste en reescribir su guión con rabiosa sintaxis y un estrepitoso ruido de fondo. Padecemos los efectos de la conspiración contra la confianza, representada en su último teatrillo por Hungría que, en otro alarde de normalización de la impostura, maquilló también sus cuentas públicas. El desconcierto alarga el brazo de la incertidumbre, y la economización de la política convierte a los gobiernos en oficinas de gestión de quiebra. No hay discusión posible ni asomo de repensar el nuevo malestar. Angela Merkel, que comanda Europa, poda el gasto social. Acaso algún brochazo estético. Los Obama balanceándose al ritmo de *Michelle*, cantada por Paul McCartney, en la Casa Blanca -tal vez lo soñaron cuando eran jóvenes-, mientras los inmigrantes de Arizona son perseguidos por un Ku Klux Klan que no necesita disfraz. Un aire de falsa modestia toma asiento en gobiernos y empresas sin jaguars con gorra ni *business* con *class*. Pero hay resquicios para el delirio: el rey polígamo de Suazilandia deja en Madrid fabulosas propinas, y los gentiles añoran aquella raza que antaño era tan agradecida de retratar: los nuevos ricos con su exultante horterada, ahora nuevos pobres de horterada mustia. Cuanto más borroso se ve el mundo, más nítidas lucen sus postales cotidianas. Un aire franciscano viste las calles: las yuppies de Wall Street sustituyen sus zapatillas galácticas por chanclas hawaianas, al menos hasta llegar a la puerta de la bolsa donde deben elevarse diez centímetros, pero esos mismos tacones, ese mismo maquillaje tan CNN, son motivo de sanción si se trabaja en otra latitud, por ejemplo en Al Yazira.

"Cuando uno patina sobre hielo fino, la salvación es la velocidad", escribió Emerson; una buena imagen glosada por ese hallador de metáforas que es Bauman en su archicitada serie sobre la vida líquida. Encuentro también su popular influencia en los almacenes Bloomingdale's de Nueva York: una marca de perfumes llamada Memoire Liquide. La vendedora, una mujer armenia con ademanes sutiles, empapa los probadores de cartón y desliza gotas de voile de soie o de tuberosa sobre la piel de la clienta, que se deja llevar por el encanto de un ritual provisto de tubos de ensayo y frascos de antiguo perfumista. Una memoria licuada entre esencias, el córtex impactado por el aroma que juega al recuerdo. Los nuevos parados acuden a perfumarse gratis en los grandes almacenes, pero si tienen hambre hacen cola en Cáritas -un millón de pobres más en sus comedores-. A esa misma hora Bill Gates deshereda a sus hijos para que no se lo crean y *la roja* negocia primas de 600.000 euros por ganar el Mundial. Pero eso no es todo. La petrolera BP anuncia con alegría que repartirá sabrosos dividendos entre sus accionistas justo cuando llegan hasta la orilla las últimas aves marinas que han sobrevivido al mayor desastre ecológico de EE. UU. En el mundo reescrito con rabiosa sintaxis, las cámaras buscan desesperadamente el plano subjetivo, el que será capaz de transmitir un mensaje más fuerte que el discurso fabricado por un coro de *spin doctors*. Antoni Gutiérrez-Rubí en su *Micropolítica* advierte que el 80% de la comunicación es no verbal y, por tanto, se renueva el interés por las emociones y las percepciones como asuntos centrales de la comunicación política más eficaz. Porque la neurociencia explica cómo el cerebro corta el grifo cuando no quiere que penetre una explicación diferente, bloqueando la nueva información y empeñado en no cambiar su voto. La desafección asuela el paisaje, y la política, más acuciada que nunca, debe establecer una conexión con la imaginación del ciudadano capaz de alejar las

sombras que expresan la agonía del confort. Neuropolíticos, ¿dónde estáis?