

Gilles Lipovetsky: “La belleza femenina que difunden los medios es terrorista”

El filósofo francés, autor “La era del vacío” y “La estetización del mundo”, “La felicidad paradójica” y “El lujo eterno”, entre otros títulos. En este extenso diálogo, aborda los conceptos de liviandad y belleza, a los que plantea como vías de escape ante la angustia y el sufrimiento en la sociedad actual.

Por Patricio Zunini para Infobae Cultura.

Mayo de 2019

Gilles Lipovetsky. Es el filósofo de la vida moderna, el que reflexiona sobre la actualidad del mundo pero sin caer en la urgencia de la agenda política. “Los intelectuales deben tomar un poco de distancia para aportar una mirada diferente”, dice Gilles Lipovetsky en diálogo con Infobae Cultura. “Yo no me pienso capaz de responder a todas las preguntas; no comparto ese modelo. Si hablamos de Trump, de la globalización, de los chinos, todos vamos a decir más o menos lo mismo, con pequeños matices. Hay que hacer reflexionar a la gente de otra manera”.

Aunque no necesariamente pesimista, Lipovetsky es muy crítico de la sociedad postmoderna. En sus ensayos —a los que recurre sin pudor a intelectuales tan disímiles como Marx, Baudrillard y Zygmunt Bauman— aborda el narcisismo, el consumismo, el hedonismo, la cultura de masas, lo efímero. En El imperio de lo efímero, de hecho, plantea una mirada sociológica de la moda. Y en La estetización del mundo da un paso más y piensa el rol del capitalismo como motor en la creación de arte y cultura.

El ensayo De la ligereza es, sin dudas, uno de sus trabajos más provocadores: con una mirada lucida, piensa al mundo contemporáneo en relación a una época anterior, que era pesada y rigorista. La modernidad se abre paso hacia un campo abierto. Pero, junto con la independencia y la libertad, llega, como un ruido blanco, la incertidumbre. ¿Se puede hacer una defensa de la liviandad sin caer en el individualismo y el hedonismo? ¿Qué clase de ciudadanos globales van a crearse en un mundo lábil y en plena reconfiguración? Con este trabajo como eje, Lipovetsky habló con Infobae Cultura.

“De la ligereza”, de Lipovetsky

—Teniendo en cuenta sus ideas sobre ligereza y liviandad: ¿La insoportable levedad del ser, de Milan Kundera, podría escribirse hoy?

—Creo que sí, porque tiene una visión metafísica respecto de la liviandad. Pero no estoy de acuerdo con calificarla de insoportable. La liviandad siempre es fugitiva, frágil, y, cuando estamos frente a ella, la disfrutamos. La liviandad está conectada con la felicidad; cuando uno está feliz se siente liviano. Lo insoportable es el peso. La liviandad aparece hoy como aquello que nos libera de lo pesado, por eso el mensaje que quería plantear es que hay que defenderla. Pero con límites. Hay una liviandad, como la del consumismo extremo, que es

peligrosa. Esa es una liviandad empobrecida. Necesitamos una liviandad creativa.
¿Cuántos años de trabajo necesita un músico para crear una melodía liviana? La liviandad quizá puede ser fatigosa, pero nunca insoportable.

Hoy las religiones son "a la carta". Los individuos aceptan ciertos dogmas, rechazan otros

—Si la pesadez y la liviandad se asocian al consumismo, ¿cómo entra la idea de Dios en este esquema?

—Nietzsche remarcó que la religión tenía una relación bastante perversa porque los sacerdotes aliviaban el dolor del hombre, pero, al mismo tiempo, lo torturaban. Remedio y veneno. El acto de confesión te hacía sentir menos pesado, pero a la vez eras un pecador, un malvado. En este momento, la relación cambió. Hoy las religiones son "a la carta". Antes las prácticas y las creencias religiosas eran controladas a través de las instituciones, ahora los individuos se desentienden de eso: aceptan ciertos dogmas, rechazan otros. Por ejemplo, creen en el Paraíso pero no en el infierno. La religión pesa menos sobre la existencia de la gente. La paradoja es que el mundo de la liviandad se ha vuelto pesado. Si en la época de Nietzsche, lo que asfixiaba era el conformismo de la religión, hoy en día los creyentes hacen lo que quieren y los jóvenes que participan en movimientos religiosos buscan una manera de ser menos prisioneros del mundo del trabajo.

—En el libro habla de los "prosumidores". ¿Cuál es su idea de "prosumidor"?

—*Prosumidor* es una palabra que crearon los norteamericanos para señalar que el consumidor se ha convertido en un profesional del consumo y, por lo tanto, el consumo se ha vuelto un trabajo. Un ejemplo: si en la década del 60, usted se quería ir de vacaciones, entraba a una agencia de turismo, pedía las tarifas y reservaba el viaje. Ahora debe entrar en internet, comparar vuelos, visitar los sitios de los hoteles, buscar si hay mejores precios en Airbnb: tiene que hacer una serie de análisis que le toman mucho más tiempo. El consumo antes era liviano, irresponsable, frívolo; hoy es un trabajo. La paradoja es que los mensajes publicitarios hablan del mundo de la alfombra mágica: las chicas son bellísimas, las playas son divinas, todo es sexy; pero delante de la computadora, se te corta la libido totalmente.

—¿Qué construye el relato de la liviandad?

—Traté de proporcionar un código, una lectura interpretativa de un hecho que ningún otro libro ha planteado. Tenía la ambición de crear una teoría general de la liviandad. Hay quienes dicen que la liviandad es muy simple, muy simpática, pero no es importante, no es nada. Eso es falso. No es todo, pero tampoco es nada. Ninguna sociedad humana existe sin la creación de momentos e instituciones que permitan aliviar la vida. Las fiestas, los bailes, los juegos, las diversiones, las farsas: en todas las civilizaciones están las exigencias de liviandad y, por lo tanto, me planteo que la liviandad no es una cuestión meramente estética. Es la necesidad de los hombres de separarse del peso de la rutina, de las angustias, de las cosas que le causan sufrimiento. Yo no demonizo al modelo consumista, pero entiendo que ese tipo de liviandad no está a la altura de lo que podemos esperar de la humanidad en este

momento. Deberíamos apuntar a objetivos superiores: la cultura, la inteligencia, la justicia, la libertad. Por eso propongo el concepto de "seducción aumentada" —un guiño a la realidad aumentada—. No vamos a lograr nada si no integramos el modelo de la liviandad.

—En libros anteriores ha trabajado el concepto de belleza. ¿Cómo se reescribe la belleza a partir de lo ligero?

—Es una pregunta difícil. [Se queda varios segundos en silencio, ensaya un par de respuestas, vuelve al silencio]. En la belleza hay una conexión con la liviandad. Stendhal decía que la belleza es la promesa de la felicidad. Entonces la belleza estaría conectada con la liviandad. Frente a la belleza uno se siente en estado de gracia. Tomemos el arte de los expresionistas. Monet, Renoir: uno está delante de un paisaje expresionista y tiene una sensación de liviandad. Los colores son livianos, no hay negro ni blanco. Es una pintura de la felicidad. Pero la belleza plantea problemas. La imagen de la belleza femenina que difunden los medios es terrorista. Las fotos son retocadas y las mujeres no se ven como son. Eso produce que las mujeres no amen su cuerpo. Por eso hacen régimen y van al gimnasio para ser cada vez más flacas. La idea de que la belleza sea solamente conforme a un estándar de delgadez es terrorista. Hay más erotismo en las formas que en la ausencia de las formas; hay más erotismo en Marilyn Monroe que en las actuales top models anoréxicas. He visto campañas publicitarias donde se muestran mujeres más pequeñas y con más formas: me gusta. Pero soy prudente porque siempre ha fracasado. Empieza y luego decae. Hay que ser más pluralista para que las mujeres vivan mejor sus propios cuerpos. Este es un combate que el feminismo del futuro tendría que tomar.

La entrevista llega a su fin, y Lipovetsky empieza a pararse pero se detiene, vuelve a sentarse y retoma el hilo:

—En los sitios porno, todas las chicas jóvenes son hermosas, pero no tienen personalidad. La belleza no es solo la imagen: una belleza más formal sería una belleza sin imaginación. Puede haber una belleza más picante. La belleza no es homogénea ni única. El caso típico de los hombres ricos que encuentran vieja a su mujer de 40 y la cambian por una de 20. Esa es una belleza de prestigio, de valorización de sí mismo, pero es un signo de pobreza de imaginación. Me saco el sombrero delante de Macron, un hombre buen mozo, inteligente, con dinero, que tiene una mujer 24 años mayor que él. No quiere decir que su política sea buena, pero lo encuentro muy interesante porque es atípico.