

VOLTAJE
TXEMA MARTÍN

El ciempiés humano

Hay que encontrar una solución urgente a la degeneración progresiva de tantas calles de Málaga, rendidas a la borrachera



Una vez más, la afluencia turística vuelve a dejarnos imágenes para el espanto. La Asociación de Vecinos del Centro Antiguo ha difundido un par de vídeos tremendos sobre lo que pasa durante la madrugada en algunas calles de la ciudad, rendidas al sabotaje estético y moral. En una de las imágenes se ve a un grupo empujando la técnica del 'trampolín humano', en la que hay una serie de seres que se colocan uno detrás de otro en el suelo para conducir a otro ser de su misma especie de una punta a otra; en este caso, una muchacha que, después de resultar manoseada en connivencia por el resto, llega ufana al otro extremo. A pesar de mi frenética vida social no conocía esta técnica. La escena me recordó a una película horrorosa llamada 'El ciempiés humano' en la que un cirujano alemán secuestra a unos turistas para unirles quirúrgicamente de la boca a su trasero, en el experimento de turismo-fobia más radical del cine moderno.

El vídeo dura 45 segundos y, a decir verdad, aparece un coche de la Policía Local por un extremo, pero ahí la grabación se corta. Hay una segunda escena, más larga, en el que se aprecia una variante de la técnica del 'pogo' (esta sí me la conozco), un ritual que consiste en chocarse con otros individuos en pleno arrebató. Aquí se ve cómo desde uno de los balcones se procede al lanzamiento de agua sobre la muchedumbre, procedimiento que, si bien antes era el favorito de algunos vecinos para desalojar tumultos, en este caso es recibido con un nuevo éxtasis, a la manera de los gremlins, con la alegría de la impunidad.

La difusión de estas imágenes ha vuelto a poner el foco, por enésima vez, en la conversión extralingüística de Málaga a Magaluf, y enciende la reflexión sobre el turismo que está atrayendo la ciudad, incluso en plena oleada de contagios: desde la institución municipal se pide a los malagueños prudencia y ética mientras que los visitantes vienen a hacer aquí lo que no se atreven a hacer en su casa. Ya no importa si los protagonistas son británicos, madrileños, cordobeses, o de El Limonar. Estos 'incidentes puntuales' suceden todas las noches, extendiéndose por la tentativa municipal de desplazar el turismo y el ocio nocturno a otros distritos, para que más vecinos puedan comprobar en sus calles la borrachera de turismo y así haya menos discriminación entre los habitantes. Hay que encontrar una solución urgente a estos espectáculos callejeros y a la degeneración progresiva de tantas calles del centro de Málaga que ya están rendidas a la borrachera, a la gastronomía mediocre y al mero decorado para el desfase. Si esto ocurre en pandemia, no quiero pensar en lo que se nos viene para cuando se abra la veda.

LA TRIBUNA

Las oportunidades del verano

ANTONIO LÓPEZ PELÁEZ

Catedrático de Trabajo Social de la UNED

En el espacio de encuentro que nos proporciona el ocio, siguiendo la imagen del claro del bosque utilizada por Heidegger, se alumbramos nuestra auténtica realidad

Ahora que estamos inmersos en el mes vacacional por excelencia, agosto, recuperamos la lucidez que produce el ocio, el descanso, el reencuentro con los otros y con nosotros mismos. Cierta silencio, a pesar del ruido vacacional, nos invade cuando abandonamos la rutina diaria. La rutina no facilita nuestra reflexividad, no nos deja ser, nos entretiene y nos dispersa. Por eso el verano es un tiempo muy adecuado para mirarnos a la cara por un momento, y recuperar cierta independencia respecto a la continua alteración en la que vivimos. Aparentemente participamos en nuestras redes sociales más que nunca, y tenemos más información disponible. Sin embargo, al abandonar la sobreestimulación que caracteriza nuestro modelo de comunicación recuperamos una oportunidad para ser nosotros mismos. No navegamos solos. Nuestra travesía cada verano siempre es la misma: dejamos el puerto de la inercia habitual, y nos adentramos en el terreno cada vez más inusual de las relaciones ociosas, gratuitas, con los demás. La competitividad, el conflicto, la descalificación y el tremendismo continuo caracterizan las redes sociales y empapan los medios de comunicación social, siempre con una voluntad performativa, buscando que compremos su mensaje y que nos identifiquemos con su posición (política, económica, comercial). Pero en el ocio veraniego desaparecen por un momento, y los que nos rodean de repente se convierten en personas con las que se puede hablar, con las que se puede cenar, con las que se puede convivir, y sobre todo con las que se puede compartir y llevar a cabo actividades conjuntas. Y qué bien nos sentimos cuando trabajamos o nos divertimos en grupo, con los demás, más allá de las clasifica-

ciones binarias, sobre todo amigo/enemigo, que expresan tan bien la sociedad polarizada en la que vivimos.

En este nuevo entorno caemos en la cuenta de lo importante que son los demás. Los otros no son el infierno, como decía Sartre, son nuestra condición de oportunidad, son nuestro suelo y nuestro techo, con los demás nos realizamos. Y gracias a ellos, en el consenso, en el conflicto y en el disenso, desarrollamos nuestra trayectoria vital. Cuando los que nos rodean son visibles para nosotros, también nos visibilizamos a nosotros mismos. Y las risas, la simpatía, la convivencia o el dolor de los otros también nos revelan el nuestro. La ensoñación individualista, tan propia de un modelo de consumo hiperindividualizado que busca la mayor predictibilidad posible de los consumidores (y por eso nos homogeneiza cada vez más), se convierte, paradójicamente, en la puerta hacia una sociedad cada vez más mimética, más igual, agrupándonos en burbujas identitarias en las que encontramos seguridad y cobijo. El precio que pagamos es muy alto. En esas burbujas, la trayectoria individual y la libertad, la creatividad y la transversalidad son cada vez más difíciles. Es algo que todos hemos experimentado en nuestra adolescencia: pensando ser únicos, nos fundíamos con nuestro grupo de referencia. La identificación emocional y el rechazo al otro favorece la fidelidad de voto y la defensa de grupo. Pero no conlleva una mayor racionalidad, ni una mayor libertad. Sobre todo, no nos deja ver a los demás tal y como son, diversos y distintos. Y al no reconocerlos como tales, diversos y distintos, no nos permitimos reconocernos a nosotros mismos.

De ahí la furia de los líderes de estas burbujas, y de sus principales acólitos, siempre exaltando la identificación emocional

y devastando al contrario. Desafortunadamente, muchos de nuestros comentaristas y opinadores operan de este modo, son asalariados de sus mentores y/o pagadores. No es algo nuevo, siempre ha habido intelectuales y periodistas vinculados al poder de turno. Y siempre los habrá. Y siempre dirán que son víctimas y no altavoces de sus mentores. La novedad que emerge con las sociedades democráticas es la protección del disenso. Protegerlo es una buena estrategia para fortalecer las trayectorias individuales y la creatividad, para visibilizar a los colectivos cuyos problemas no existen en la opinión pública, y para elevar el nivel de racionalidad de nuestra vida social.

En el espacio de encuentro que nos proporciona el ocio, siguiendo la imagen del claro del bosque utilizada por Heidegger, se alumbramos nuestra auténtica realidad. Nos vemos y nos ven. Y nos damos cuenta de que, como decía Paul Valéry, lo más profundo es la piel. De ahí que el tiempo de ocio sea una ocasión privilegiada para encontrarnos, para reconocernos, para cuidarnos. Es verdad que el ocio también lo acabamos convirtiendo en una actividad laboral, exigente y agotadora. Pero podemos resistirnos, podemos volver a mirarnos, después de la Covid-19, y ver en el ocio una oportunidad para reencontrarnos y disfrutar del trato mutuo. Los otros merecen la pena, aunque no sean iguales. Más aún, merecen la pena porque no son iguales. Y por eso el siglo XXI tiene que ser el siglo de las políticas del cuidado, en los que los que cuidan y los que son cuidados puedan participar en el diseño conjunto de nuestra sociedad, incluidos los servicios sociales. El ocio veraniego es un buen punto de partida para volver a repensar aquello que más nos influye: nuestra vida en común como ciudadanos.

JUAN FRANCISCO FERRÉ

Realismo



Se cumplió la profecía. El Barça está en la ruina y Messi se marcha a jugar en un club de fútbol multimillonario. Un equipo parisino propiedad de un jeque catari. Esto no va de fútbol. No te equivoques. Esto va de valores, bursátiles y de los otros. Esto va del mundo en que vivimos. Vivimos en un mundo donde a Messi le pagan millones por hacer lo que hacen los futbolistas. En realidad, el gol publicitario se lo cuelan estos a la sociedad, que les premia con una suma exorbitante a cambio de sus servicios lúdicos, como los gladiadores romanos. Por este trabajo, Messi, antes del desastre, cobraba setenta y cinco millones netos al año. Ningún profesional gana más. Y no es el único en el negocio del fútbol. El fútbol genera tal cantidad de pas-

ta que cuesta creer que los grandes clubes tengan ahora problemas económicos.

El caso, según cuentan, es que a Messi le ofrecieron una rebaja salarial considerable por quedarse en el club que le dio la vida cuando era un pibe enclenque sin futuro. Messi es eso también, no se olvide. Un fenómeno circense. No una fuerza de la naturaleza imponiendo su talento sobre el juego, sino una creación de laboratorio, un ciborg futbolero, una criatura artificial fabricada mediante manipulaciones quirúrgicas e inyecciones de fármacos de crecimiento. Messi, sin los experimentos de la medicina y la inversión del Barça, no sería nada. El homúnculo espectacular no acepta, sin embargo, ganar solo veinte millones netos y seguir amortizando en el campo la

deuda vitalicia contraída con el club que lo creó.

La culpa de todo esto es nuestra, desde luego. Una sociedad que admite pagar esas cifras galácticas a un futbolista, por mucha magia goleadora que albergue en sus «borceguíes», como diría Matías Prats, es una sociedad en decadencia. Una sociedad que ha puesto al futbolista por encima de todas las profesiones es una sociedad inculta y corrupta, sin otros valores que los caprichos de los ricos y el dudoso gusto de las masas. Millonarios del mundo uníos, es el eslogan de la nueva Internacional del siglo XXI. El dinero es el único valor reconocido en bolsa. Los otros valores se los venden los políticos y los medios a los ciudadanos como consuelo por no poder participar en el reparto del botín más que con un porcentaje ínfimo y no tener dinero suficiente para hacer con sus vidas lo que les dé la real gana. Como los millonarios y los clubes millonarios que compran todo lo que se les antoja. ¿Cinismo? No. ¿Demagogia? Tampoco. Puro realismo.