

EN LA ERA DE LA ANSIEDAD, EDUCAR LOS DESEOS

José María Mardones. Madrid.

Buñuel expresó en sus películas y en entrevistas uno de sus convencimientos acerca de nuestra sociedad burguesa, capitalista: es una sociedad presidida por la *ansiedad*. Hay un deseo desaforado de más y más que se visualiza en nuestro ajeteo diario, en el frenesí de nuestros movimientos, viajes, avidez de posesión,... y que Buñuel satirizó tan magistralmente en muchas ocasiones en un ir y venir compulsivo y sin rumbo. Los niños beben pronto la pócima de esta ansiedad de los mayores que les produce la fiebre del deseo permanente de algo.

La mercantilización actual de nuestra sociedad y nuestras vidas llevan la ansiedad hasta límites que, cada vez, dejan los grados anteriores en mero parecido. Este verano - cada verano y cada estación tienen sus ejemplos- hemos asistido a las “superofertas” de viaje: “Viaje Vd. a Islandia, Túnez, las Comores, etc. casi por el módico precio de su estancia en el pueblo”. O se nos dice también: “compre esta «superoferta» de segundas o terceras rebajas de camisas, CDs, libros,...” ¿Quién puede resistirse a tamaña insinuación? ¿Quién no ha caído en las redes de la publicidad más ramplona y no ha dado culto al consumismo en los santuarios de nuestras grandes superficies comerciales?.

El “ir de compras”, *shopping*, es el rito social que expresa y realiza la ansiedad de nuestra sociedad mercantilista. Nos indica el tipo de economía en la que estamos: no ya la de la satisfacción de necesidades, sino de la satisfacción de deseos. Pero tenemos que detenernos y pensar un poco lo que significa este cambio gigantesco que supone la producción en serie y la manufacturación de un ingente número de productos *innecesarios* que hay que vender, es decir, hacer necesarios al consumidor. Entenderemos fácilmente la importancia de la función estimuladora del deseo de la *publicidad* en nuestra economía. Y de la adaptación del pago a la misma excitación de la ansiedad consumista. Siempre con el sutil reclamo de “disfrute ahora, pague después”.

Pero hay que recapacitar sobre el fondo de la economía del deseo y de la excitación del consumismo, que termina generando ansiedad. Porque el deseo no se satisface nunca. Al contrario de la necesidad, el deseo es menos objetivable; más vago y subjetivo. No tiene fin: no se agota nunca. El deseo nos convierte en una suerte de podencos tras una liebre invisible: siempre corremos tras algo, un rastro tangible, visualizable, devorable,... de algo que no existe. Al final descubrimos que el deseo es inasible; sólo una seducción. De ahí que el consumismo y tantas formas de deseo no tengan saturación: es un camino de ilimitada, indefinida e insaciable sed de satisfacción insatisfecha.

No hay duda que esta sociedad en la que estamos nos está convirtiendo fundamentalmente en *consumidores* (J. Habermas, A. Touraine). Entramos ya en una categoría económica y social que se hace piel y constitución de nuestra condición de seres humanos actuales. El modo de ser hoy un antropoide desarrollado es ser consumista. Y si desvelamos el mecanismo de manipulación del deseo y ansiedad que produce podemos llegar a comprender que uno de los



grandes objetivos del mercado y la publicidad sea liberar nuestros deseos: dejar suelta la fantasía deseante. Se ha comprobado que una persona con el deseo libre y suelto compra más: compra lo inesperado, lo no previsto. Es como un infante deseante. Como los niños actuales que semejan bocas y gritos deseantes de todo lo que ven.

Urge educar los deseos, el deseo. Es una tarea importante y necesaria en nuestra sociedad actual. Y abarca a pequeños y mayores. Es una tarea educativa de primer orden si no queremos ser arrastrados por la compulsión del deseo, de la supeditación al mercado y a los rituales del consumismo. La defensa educativa, la formación en actitudes humanas y valores futuros de humanidad, pasa por una educación verdadera, humanizante, de los deseos.

El primer paso parece ser conocer la situación: darnos cuenta de este estado de ansiedad deseante en que estamos cayendo. Dicho de otro modo, para educar el deseo tenemos que saber hacia dónde va y desde dónde viene. Y saber que la ansiedad lleva al fracaso nuestro intento de satisfacerla. Hay que aceptar, frente al juego económico publicitario actual, que no podemos dejar suelto el deseo, precisa de una cierta normatividad y sometimiento “al principio de realidad” (Freud). Sin ello no hay posibilidad de cultura ni de individuo. La disciplina del deseo es necesaria.

Para ello se precisa llenar el vacío al que responde la ansiedad del tener, poseer, consumir. La disciplina del deseo no tiene que matar el deseo, en una suerte de “budismo” educativo, sino que tiene que encauzarlo y darle sentido. Sólo, como nos decía V. Frankl, con un lenguaje incluso un poco duro a nuestros oídos de hoy, “un deber específico aquí y ahora, la consciencia de lo que le (nos) aguardan una serie de obligaciones”, nos movilizará hacia una realización superadora de la ansiedad posesiva y consumista. La ansiedad nos descubre una avidez de sentido del ser humano que no se puede llenar más que con el proyecto de un sentido y si se adopta un compromiso por él.

Al final la ansiedad consumista nos encubre y revela la enfermedad del espíritu de la época: la falta de sentido. Educar el deseo será educar en el sentido.