

Es usted pobre porque quiere

DANIEL BERNABÉ :: 30/11/2019

Del 'hippie' al 'yuppie', de la igualdad a la diversidad, de la acción colectiva al cambio interior

Les confieso que me resulta gratificante ver cómo se ponen hechos una furia por las redes. Sé que está mal decir estas cosas, que la contención, la mesura y la paciencia son valores positivos, que vivimos tiempos convulsos y el griterío no acompaña a calmarlos. Pero a veces merece la pena dar un golpe en la mesa, sobre todo cuando parece que nos toman por tontos. Además, un mundo colonizado por los libros de autoayuda, los ansiolíticos y la paella congelada merece de vez en cuando un par de exabruptos, sobre todo porque da la sensación que la tranquilidad, más que ausencia de conflicto, es la desaparición de este debajo de los falsos consensos: no hay acuerdo posible con quien te pone una bota en el cuello.

Resulta que esta semana han aparecido un par de artículos en la prensa española que han soliviantado a parte de los lectores. El [primero](#), publicado en el 'Huffington Post', se titulaba *Deja de ponerte excusas y verás cómo puedes ahorrar sin morir en el intento*. La pieza, escrita en un tono desenfadado y orientada a un público joven, hace un repaso a través de las etiquetas generacionales y modos de consumo que, al parecer, nos impiden transformar parte de nuestros ingresos en ahorros. "Aprende a usar tu dinero" es el nombre de la sección donde aparece publicado, algo que nos sitúa en que al final nuestros problemas se derivan de una cuestión de habilidades personales y conocimientos poco menos que revelados. Es usted pobre porque quiere, pero puede aprender a dejar de serlo.

La [segunda](#) pieza, publicado en SModa, la sección de vida y estilo de 'El País', se titula *Cómo la obsesión por lo que nos falta nos impide disfrutar de lo que sí tenemos*. De una extraña manera este artículo es paralelo pero a la vez inverso del anterior. "Vivo en un piso muy bonito de alquiler, pero me gustaría tener una casa en propiedad. Tengo muchos amigos con los que salir, pero me gustaría tener más gente afín para hacer viajes. Tengo un trabajo que me gusta, pero me gustaría ganar más dinero", comienza el texto. Lo que se nos viene a contar, en un tono más mesurado y adulto, es que debemos aprender a sacar lo bueno de situaciones razonables, incluso adversas, ya que pretender alterar un determinado orden sobre el que no podemos hacer nada nos lleva a la infelicidad. Es usted pobre pero tampoco está tan mal, no se queje tanto.

La casualidad hizo que ambas publicaciones aparecieran el día 26 de noviembre, algo que no es de extrañar ya que no son precisamente un género extraño en la actualidad: cada semana podemos encontrar decenas de artículos donde o bien se nos dan instrucciones, siempre a través de un método tan sencillo como novedoso, para alcanzar objetivos vitales, o bien se nos dice que compartir piso ahora se denomina *co-living* o que comer de la basura se denomina *freeganismo* y que no está tan mal. Es decir, por un lado se nos proporcionan los sueños que toda clase media aspiracional requiere y por otro, para que nos adaptemos a nuestras precarias condiciones reales de vida, se transforma la escasez en algo atractivo.

Un juego de palo y zanahoria para una sociedad con el ascensor social estropeado.

Por otro lado no es tampoco casualidad que este tipo de textos aparezcan siempre en secciones relacionadas con eso llamado tendencias y estilos de vida. Estos modos de comportamiento inducido son siempre individualistas, se realicen o no en grupo. El concepto de *lifestyle* aparece en los estudios de mercado a finales de los setenta, ya que se detecta que los jóvenes descontentos de clase media del 68 se están transformando en adultos con capacidad adquisitiva que no es vehiculada hacia los productos tradicionales que el mercado ofrece. Así prefieren gastar su dinero en bienes que les destaquen no mediante el estatus de ascenso social -comprar un coche de alta gama- sino mediante actividades, modas y estilos de vida que les diferencien de esa sociedad que quisieron cambiar. Del *hippie* al *yuppie*, de la igualdad a la diversidad, de la acción colectiva al cambio interior.

Si bien es cierto que estas secciones en prensa necesitan generar contenido continuamente, en bastantes casos en espacios patrocinados, y además este tipo de piezas tienen una relación rentable entre su tiempo de redacción y su impacto en redes sociales, es decir, que la proliferación de los artículos sobre desarrollo personal tiene un trasfondo productivo, también es cierto que nos comemos mejor cualquier cosa que parezca entretenimiento antes que ideología. Es decir, que artículos profundamente ideológicos nos parecen poco más que un compendio de consejos motivadores sin intención. Esto es justo la hegemonía cultural del neoliberalismo, la que hace pasar sus arbitrariedades no como mejores en competencia con otras ideas, sino como lo único posible, algo tan natural como las tormentas o los amaneceres.

Además el neoliberalismo ha sabido acaparar los buenos sentimientos o las ideas obviamente razonables para parapetarse tras de ellas. Ahorrar no tiene nada de malo, afrontar los momentos difíciles con entereza tampoco. Como lograr una marca corriendo, aprender a pintar o mejorar nuestra comunicación frente a una audiencia. El problema es que estas habilidades y actividades han sido secuestradas para mezclarlas, como el ADN de las ranas de *Jurassic Park*, con el código genético de un individualismo atroz que nos mantiene atomizados, satisfechos en nuestra diferencia pero ignorantes en los modos de enfrentar las desigualdades, que han pasado a ser materia de la pseudo-psicología en vez de la lucha política.

Es precisamente esta la cuestión principal de todo el asunto. Vivimos en una sociedad en la que nos regodeamos en nuestra diversidad competitiva, pretendiendo ser mejores que el de al lado o incluso más desgraciados, comerciando en un mercado con las monedas de la opresión y privilegio, conflictos que se solventan mediante la deconstrucción y la ofensa y que siempre hacen referencia al individuo, no a su relación con la estructura económica y su papel en la escala productiva.

Nuestros problemas, al menos la mayoría de ellos, están relacionados con el trabajo, con su precariedad o su ausencia, esto es, con la clase social. Frente esta idea es contra la que cargan las baterías de artillería del coaching, la autoayuda o el *marketing personal*. Hasta en el progresismo ha pasado de la conciencia de clase al empoderamiento. Todo para que seamos incapaces de vincularnos con el que tenemos al lado, de pugnar por nuestros

derechos ciudadanos mediante la acción colectiva, de librar una lucha de clases que sucede todos los días pero que tiene un solo contrincante que golpea inmisericorde.

Déjense de mentores, liderazgos, emprendedurismo y superación y afliense a un sindicato. Ya verán qué rápido les sube la autoestima.

<https://actualidad.rt.com>

https://www.lahaine.org/est_espanol.php/es-usted-pobre-porque-quiere