

Costumbres de ida y vuelta

Texto Gonzalo Sarasqueta

Vivimos en una época donde todo es efímero. Nada es perdurable, ni siquiera nuestra identidad. Adoptamos de forma repentina nuevas dietas, creencias y costumbres que suponen un gran esfuerzo, y, al poco tiempo, nos arrepentimos. Consumismo, pérdida de referentes fijos e inseguridad son algunas de las causas que explican este fenómeno

Las personas cambian. De eso no hay duda. Con el paso del tiempo, todos modificamos nuestra forma de percibir el mundo. Desde la infancia el ser humano ingresa en un proceso de búsqueda que no conocerá desenlace a partir de actitudes, gustos, creencias, pensamientos que se van *reciclando* en cada etapa de nuestra vida. Esta transformación suele ser gradual; en algunos casos, no nos damos ni cuenta de las alteraciones. Es un mecanismo inconsciente, *invisible* a nuestra razón.

Pero, en cambio, hay otros giros que suelen ser abruptos y radicales. De un día para el otro, sin reflexionar demasiado, nos convertimos en vegetarianos, cambiamos de religión, nos apuntamos a un curso de meditación oriental o empezamos a comer solamente comida orgánica, por mencionar casos paradigmáticos. Al poco tiempo, insatisfechos, cansados o aburridos, retrocedemos y salimos a la caza de otros estilos de vida. Y así, sucesivamente, ingresamos en un círculo vicioso donde lo fugaz se vuelve norma y la incertidumbre prevalece.

Tiempos modernos Lo perecedero es una característica de nuestra época, en la que casi todo es frágil. Todo trae fecha de vencimiento. La tecnología, el trabajo, las relaciones..., todo se ha vuelto desechable y la velocidad le ha ganado la *batalla* a la estabilidad. Lo perdurable suena a viejo y la tradición se arrodilla frente a la tan traída y llevada modernidad líquida de Zygmunt Bauman.

Y, desde luego, nuestros gustos, creencias y valores, que conforman nuestra identidad, no son ajenos a esta celeridad. Son un reflejo de ella. Una forma de traducir toda esa ebullición en constante metamor-

fosis. Guillermina Raffo, licenciada en Psicología, explica: “Los estilos de vida que se presentan en la subjetividad contemporánea nos dan una idea de movilidad, de mutación, de flexibilidad. Ante el caos, y al no encontrar los modelos identitarios que nos proponía la modernidad, hay intentos fallidos de buscar identidades listas para usar que nos permiten surfear en un mundo en constante cambio.”

El entorno –social, mediático, tecnológico, familiar, etcétera– también incide. La gran cantidad de información, propia de la época en que vivimos, que circula y se modifica a cada instante, nos condiciona de manera notoria en nuestras elecciones. Desde los anuncios publicitarios que nos incitan a comprar ciertos productos alimentarios para evitar la extinción de “tal animal”, pasando por las tendencias *obligatorias* de vestimenta hippie que se nos aparecen cada vez que abrimos una página web, hasta los avisos televisivos que nos invitan a empezar el curso de Reiki para encontrar la paz interior. Por todas partes, a todo momento, nos presionan “a escoger” rápidamente. Y a veces (y eso es novedoso en términos de marketing), haciéndonos creer que estamos colaborando con una causa noble como preservar el medio ambiente. “Nuestra cultura es altamente despersonalizante. En principio, es una cultura sin intimidad (las redes sociales, la cultura *reality*). Y la intimidad es el núcleo central de la identidad personal. El espacio de lo íntimo es ocupado muchas veces por las modas del momento que, en tanto tales, son pasajeras y efímeras”, expresa el doctor en Psicología Claudio García Pintos, y agrega: “Es por eso que no soy ‘tal con hábitos de dieta vegetariana’, sino que ‘soy vegetariano’ porque está de moda serlo, porque en

la televisión dijeron que era más sano serlo, porque es *cool* o porque todos mis amigos lo son”.

Por otro lado, hay quienes consideran que este fenómeno no pertenece exclusivamente a la modernidad. Por el contrario, sostienen que es algo tan antiguo como el hombre mismo. Es el caso de la psicóloga y psicoterapeuta Núria Mata. “La necesidad de aferrarse a algo o alguien externo para acallar el miedo, la soledad, la desprotección y la falta de competencia interna es tan vieja como la humanidad. Y es un buen recurso en determinados momentos, en los que nos puede salvar la vida y ayudarnos a aprender. Sin embargo, se convierte en tragedia cuando pasa a ser el estilo personal de enfrentarse (o mejor dicho de no enfrentarse) a la vida”, comenta e incorpora: “Es como si uno dijera: ¿a qué dogma me voy a adherir para obtener seguridad sin tener que sufrir el esfuerzo que conlleva aprender por uno mismo?”.

Si bien es cierto que el cambio es algo inherente al ser humano, y no se puede acotar a un determinado periodo, también es correcto admitir que en los últimos años hemos presenciado un auge de los “mecanismos de producción de subjetividad maquina”, en palabras del psicoanalista y filósofo francés Félix Guattari. Es decir, una especie de adicción al cambio constante, a la búsqueda frenética del sentido de pertenencia y al sentimiento de olvidarse inmediatamente de esas transiciones.

¿Hay personas más susceptibles a esta fugacidad? ¿Tienen algún rasgo en común? En cierta medida, sí. Aquellas que son más inseguras, inestables, con un umbral de frustración bajo y sensibles a la

LA IMPORTANCIA DE LA FAMILIA

El papel del hogar, en estos casos, es fundamental. No sólo porque las decisiones que cada uno tome tendrán repercusión en la dinámica de todos –cambiar de dieta, de costumbres...–, sino porque es la familia la encargada de configurar y consolidar la identidad de todos sus miembros. La doctora en Psicología Elena Scherb dice: “La familia es el primer círculo o contexto con el que se encuentra el sujeto y la primera institución que le brinda las respuestas. Cuando más adecuadas hayan sido para su vida, más sólida se irá formando su identidad”. Posteriormente, también tendrán un papel preponderante las amistades, la escuela y el ámbito laboral. En su conjunto, incidirán, en mayor o menor medida, en las resoluciones que tomemos.

opinión ajena, suelen ser más propicias. Nuria Mata asegura que, “generalmente, son personas que tienen un sentimiento de sí mismas y de su propia identidad muy frágil, algo volátil y poco consistente. Es como si les faltara un centro de gravedad interna que les permita guiar su vida. Por eso pueden ser fácilmente invadidos por los estímulos externos, y arrastrados, fagocitados por la fuerza de los modelos más potentes”.

Para Francisco Cruces, profesor de Antropología Social y Cultural de la UNED, nadie es ajeno a este proceso: “No son personajes extraños que se meten en sectas o gente que hace búsquedas extrañas en sus dietas. Todos estamos en ese proceso de búsqueda porque la modernidad que estamos viviendo es acelerada y rompe nuestras raíces, nuestros modos de trabajar, nuestras familias, nuestras expectativas”.

Otros profesionales, a su vez, observan que esto es propio –o más recurrente– en una edad en particular: la juventud. En esta etapa de formación es común que los virajes sean fructíferos. La inquietud *empuja*. Uno está siempre *buceando* nuevas experiencias en mundos inéditos. La doctora Elena Scherb, directora del departamento de Psicología de la Universidad Argentina de la Empresa (UADE), en esta línea, reflexiona: “El cambio en las identidades se debe justamente a que no es fácil encontrar respuestas. Sobre todo en los jóvenes, que están en la etapa evolutiva de terminar de formar su sistema de valores y de responsabilidad social para convertirse en adultos completos. Si pensamos –continúa– que la búsqueda de significado personal es una cuestión de supervivencia, ▶

EL ALUD DE DATOS QUE RECIBIMOS CONDICIONA EL RUMBO DE NUESTRAS ELECCIONES

ESTÁ EN AUJE UNA ESPECIE DE ADICCIÓN AL CAMBIO Y BÚSQUEDA CONSTANTES



FOTOS GETTY

► no se trata sólo de esnobismo. Los seres humanos buscamos protegernos y proteger a ‘nuestros significativos’. Y la pertenencia a los grupos cumple esa función: ofrece un refugio frente a la incertidumbre”.

Ser consciente con las opciones que escogemos es básico. Saber respondernos por qué elegimos aquel camino y no este, resulta primordial para no caer en las trampas del deseo ajeno. “El problema que veo en estos desplazamientos abruptos es que a personas que toman una opción vital les preguntan las razones y son incapaces de brindar los argumentos. Entonces, probablemente, estamos frente a un caso de manipulación. Y esta se puede dar por varios factores: por seguir a un líder, por seguir algunas experiencias afectivas gratificantes”, indica Félix Lozano, filósofo y profesor de Ética de la Universitat Politècnica de València (UPV).

Referentes fijos La globalización ha abierto puertas que antes permanecían cerradas o no las veíamos. Las culturas entran en contacto y se mezclan continuamente a través de las nuevas tecnologías. Con

“TIEMPO
ATRÁS SE NOS
VEÍA COMO
UNA SECTA”

Calzados efectuados sin materiales de origen animal, ropa personalizada, proliferación de restaurantes y tiendas *veggies*: el movimiento —desde el mercado propio hasta los militantes— vegetariano en España se encuentra en alza. Hoy en día el 0,5% (alrededor de 1,5 millones) de la población forma parte de este colectivo alimentario.

tan sólo un clic podemos descubrir la gastronomía, las creencias, el folklore de cualquier país lejano. Aparece ante nosotros un infinito panel de posibilidades que nos invitan a experimentar. Nos tentan a probar qué se siente al ser de tal o cual manera, aunque sea sólo de forma transitoria. Y es aquí donde nos podemos *perder* en el camino. El exceso de referentes, normas o valores puede generar, justamente, el efecto contrario en las personas: la pérdida de estos. La ausencia de algo sólido a lo que aferrarse e identificarse. “No faltan referentes fijos: sobran. Uno continúa teniendo los de siempre, pero el problema es que tiene otros a disposición y la posibilidad de vincularse a ellos”, sostiene Francisco Cruces, que completa: “Esto se debe a que todo está circulando. Entonces, no me extraña que las religiones, los modos de tratar o la forma de la sexualidad del cuerpo estén fluyendo. Se puede decir, simplificando, que se han mercantilizado estas identidades. Pero cuidado, también hay resistencia a esto”.

El poder del mercado Surgen, entonces, dos interrogantes. El primero: ¿hay una relación directa entre estos virajes tajantes en la identidad y el consumismo? “Si tradicionalmente la identidad se había construido entorno a ideologías, creencias religiosas o pertenencias culturales, hoy se fomenta desde el consumismo. Se intenta crear la propia identidad de persona, de miembro de un grupo, con un estilo de consumo determinado. Se han comercializado los estilos de vida”, analiza el filósofo Félix Lozano. Y el segundo: ¿es casual que este fenómeno tenga más presencia en sociedades donde el mercado tiene un papel relevante? Claro que no. No es azar. En las sociedades donde el mercado ha marcado y configurado históricamente las necesidades es muy común que encontremos una población más crédula, permeable y sensible a estos nuevos *paquetes integrados* de estilos de vida. “Estas conductas son más frecuentes en sociedades de consumo, donde todo es desechable y momentáneo. Es como el tema del péndulo o del rebote”, explica Guillermo Dalia, psicólogo experto en psicología clínica. “Por ejemplo la gente que, cansada de la contaminación, deja todo y se va vivir a una villa rural. Mientras más extremo es ese estilo de vida artificial, de consumismo, de competitividad, de poco tiempo, más fácil es que haya un rebote que se vaya al otro extremo”, concluye Dalia. ■

Y, según David Román, portavoz de La Unión Vegetariana Española, la adhesión será mayor: “La tendencia para el futuro es que aumente en aceptación social. Si tiempo atrás se nos veía como una secta o se tenía la imagen del hippie, hoy en día se están abandonando esos tópicos y se está convirtiendo en una propensión bastante

aceptada socialmente y que va ganando popularidad”. Sobre el peligro de convertirse en una moda, Román aclara: “Es posible que algunas personas adopten la dieta vegetariana por esnobismo o por influencia, pero francamente pienso que son casos aislados. Sin duda, la mayoría lo hace por convicción ideológica”.

ADHERIRSE
A UN GRUPO
O UNA MODA
ES, A VECES,
UN MODO DE
ALEJAR LA
INCERTEZA

OPTAR POR
UN CAMBIO
RADICAL
PUEDE
TRAER UNA
REACCIÓN
SIMILAR