

# La utopía como consumo

## Constantino Bértolo

Crítico literario y director editorial.

LA UTOPIA NO GOZA DE MUY BUENA salud. Ni la utopía política ni, en consecuencia, la utopía literaria. Ambas están profundamente interrelacionadas y ambas son dos formas de narración, entendiendo como narración un horizonte de expectativas. Creo que la utopía es el resultado de un estado del imaginar colectivo que se produce en el interior de las sociedades y que tiene sus orígenes en dos causas principales: por la existencia de un estado de opresión caracterizado por la dictadura del *esto es lo que hay* que obliga, a modo de supervivencia mental, a desplazar los imaginarios hacia lo aparentemente imposible: el sueño de la liberación, o bien, por un *estado de horizonte feliz*, cargado de euforia e ilusión que propicia la construcción de nuevas y favorables verosimilitudes acerca de la convivencia social. En el primer caso, el imaginar puede encaminarse tanto hacia la utopía como hacia la distopía siendo hacia este último camino que la literatura de las últimas décadas parece haberse encaminado de modo preferente. Sin duda el deterioro de los paradigmas libertarios, el cuestionamiento de la idea de progreso y la amenaza creciente de los vectores de insostenibilidad ecológica han facilitado este triunfo de lo distópico frente a las utopías de la bonanza y el bienestar.

La literatura, en cuanto sistema de creación de imaginarios colectivos e individuales recoge, refleja y reproduce la mirada y las expectativas con que en cada momento histórico una sociedad

o una civilización se enfrenta al futuro. Sabemos al respecto que la lectura del devenir, la memoria del futuro, tiene un mucho de juicio sobre el presente elaborado en clave de profecía de salvación o condena.

Como paradigma utopía literaria de salvación quizá nada podamos alegar como más representativo que la novela *Noticias de ninguna parte*. Su autor, William Morris (1834-1896) es un claro representante de una fracción, ilustrada y esteticista, de la burguesía acomodada británica que acompaña el movimiento socialista del XIX y que, más allá de sus raíces humanistas, acaba por apoyar el movimiento emancipador aún sin renunciar a una idea idílica sobre la sociedad comunista del futuro. La figura de Morris tiende, equivocadamente a mi entender, a ser situada en las coordenadas del socialismo utópico acaso por la presencia en sus escritos del componente humanista señalado y por su hincapié en el trabajo manual como clave de la necesaria desalienación. *Noticias de ninguna parte* es una utopía singular que transcurre en un topos concreto: la futura Inglaterra del siglo XXI. Publicada en 1890 nos cuenta la aventura de un miembro de la Liga Socialista que se ve transportado en el tiempo a una idílica Inglaterra que ha superado el capitalismo, atravesado la etapa de la dictadura del proletariado, cruzado el momento socialista de *a cada uno según su trabajo* y ha alcanzado el momento de una sociedad comunal en el que cada uno recibe *según sus*

*necesidades*, y en la que el Estado ha desaparecido para dar lugar a la mera *administración de las cosas*.

En estos tiempos en que el capitalismo parece haber dejado de ser doctrina para presentarse como *estado natural*, esta novela podrá parecer ingenua, es decir, utópica. Porque, parece obvio, la ingenuidad es sin duda uno de los prejuicios descalificativos con que se ha venido caracterizando a la utopía como género literario en clara contraposición al celebrado duro realismo donde estilísticamente se ubica a la gran mayoría de las narraciones distópicas, desde *Rebelión en la granja* hasta *El señor de las moscas*. En la novela de Morris sin embargo nada hay de ingenuo puesto que las relaciones sociales que la novela como punto de llegada ofrece: el papel de la educación, la condición de género, el control y dirección de la producción, la relación con la naturaleza, la canalización social de las pasiones, el papel del arte, la motivaciones del trabajo, los nacionalismos, o el trato hacia las minorías y la disidencia no impide el trazo del duro camino histórico hasta la arribada: organización del enfrentamiento con el capital, la violencia coactiva revolucionaria, la lucha contra los errores de un autoritarismo que se presenta como atajo, la dificultad en la determinación de las necesidades, el peligroso uso de tecnologías alienadoras. La novela, más allá de sus cualidades literarias, es plenamente representativa de las bases éticas sobre las que la utopía como género narrativo descansa: la justicia y la razón.

Hoy la estéticas literarias dominantes, como buen reflejo que son de las categorías políticas y sociales en que nos movemos, no solo parecen impedir sino que rechazan aquellas narraciones que se apoyen en las bases éticas mencionadas sobre todo si estas a su vez remiten sin subterfugios al socialismo emancipador en cuyo caso serían inmediatamente acusadas de reduccionismo, dogmatismo, desequilibrio formal o

## **«La lectura del devenir, la memoria del futuro, tiene un mucho de juicio sobre el presente elaborado en clave de profecía de salvación o condena.»**

cualquier otro adjetivo condenatorio. Ni siquiera en estos momentos en los que la crisis económica parecería haber legalizado literaturas con mayor atención a lo social el pensamiento utópico parece haber alcanzado mayor legitimación. La mayoría de lo que hoy se nombra como novelas sociales no dejan de ser novelas de la quejumbre existencial bañadas en un neocostumbrismo más crudo que cocido donde la ambigüedad o la contradicción mantienen su papel de coartadas literariamente legitimadoras.

Y sin embargo hoy las narraciones utópicas no solo existen sino que nos inundan. Narraciones que cuajan en soportes y discursos que hasta hace poco se situaban en territorios de la comunicación extraliteraria pero que hoy parecen haber hecho saltar las fronteras entre unos y otros modos de expresión y comunicación. La utopía se ha refugiado en esa gran narración que la publicidad construye en todo momento para nosotros y nosotras. La utopía ha encontrado en *el anuncio* su modelo narrativo perfecto. Narraciones que apenas duran treinta segundos pero en los que la felicidad es la promesa imparable y cumplida. La publicidad – y anexos como el reportaje de viajes, el catálogo de novedades o la reseña de restaurante tres estrellas y hoteles de ensueño- son hoy la utopía que se pone al alcance de nuestra imaginación. Utopía que ya no se fundamenta en la justicia o la razón sino en el glamour y el dinero. La utopía como bien de consumo, como derecho, como revolución.

Si Tomás Moro levantara la cabeza sin duda se la cortaría sin necesidad de acudir al verdugo... —