



La sociedad de la decepción¹

Entrevista con Bertrand Richard

pp. 129-131

JEAN NIKOLA CUDINA²

REC: 12/05/2021
ACEP: 3/06/2021

El filósofo y sociólogo francés Gilles Lipovetsky da conocer en su libro, producto de una rigorosa entrevista con Bertrand Richard, una serie de aspectos que caracterizan la sociedad de nuestros tiempos, impulsada por la lógica de consumo, en una estructura económica y social de corte neoliberal, en su proceso de globalización. El desarrollo del individuo en esta estructura ha comenzado en la era moderna y, desde entonces, se han presentado cambios y transformaciones en el plano de lo social y, con ello, en la relación que establece el individuo consigo mismo, con los demás y con el mundo. Estas transformaciones que ataúnen a la noción de individuo en las sociedades posmodernas reflejan lo que Lipovetsky denomina: *Sociedad de la decepción*.

La *sociedad de la decepción* es un fenómeno que emerge a partir de los vestigios de la posmodernidad, caracterizada por la lógica de consumo, el ocio y el bienestar de masas, permitiéndonos divisar un individuo que se aventura, por la continua búsqueda de libertad y bienestar que oscila en torno al ideal de

calidad de vida, representada por las trampas que reflejan la noción de felicidad y el placer. El impulso desenfrenado del individuo por alcanzar esta búsqueda conlleva a repercusiones en el plano de lo subjetivo que determinan, por un lado, el motor de arranque para la puesta en marcha de un anómalo a nivel colectivo, que se convierte, por otro lado, en la fuerza latente que refleja —y permite comprender— una sociedad de la decepción.

Estos dos aspectos interrelacionados derivan en una “decepción” que se centra en la singularidad del individuo-agente, que hace parte de una estructura social y, con ello, la emancipación de la decepción en masa, en colectivo, en sociedad. Tal como lo afirma Lipovetsky en nuestros tiempos:

Cuanto más aumentan las exigencias de mayor bienestar y una vida mejor, más se ensanchan las arterias de la frustración. Los valores hedonistas, los ideales psicológicos, los ríos de información, todo esto ha dado lugar a un individuo más reflexivo, más exigente, pero también más propenso a sufrir decepciones. (p. 21)

1. Editorial Anagrama. Autor: Gilles Lipovetsky. Año: 2008. Número de páginas: 127.

2. Psicólogo de la Universidad de San Buenaventura Cali. Correo electrónico: j.nikolacudina@hotmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4004-7615>

Ante este acontecimiento, ¿cuáles son las causales que determinan este fenómeno como una problemática en el plano de lo subjetivo y en el orden de lo social? La pregunta por la fundamentación y, a su turno, el esfuerzo por analizar una "sociedad de la decepción" es un aspecto que Lipovetsky sitúa de manera muy puntual a partir de la transición en el cambio de era. Como se ha mencionado, el paso de la era moderna a la posmodernidad implicó transformaciones a nivel social que repercuten en el individuo, en función del concepto de decepción y en la manera en que este se desenvuelve en la sociedad. Lipovetsky asegura que:

En las sociedades antiguas, los individuos vivían en armonía con su condición social y no deseaban más que lo que podían esperar legítimamente: en consecuencia las decepciones y las insatisfacciones no pasaban de cierto umbral. Muy distintas son las sociedades modernas, en la que los individuos ya no saben qué es posible y qué no, qué aspiraciones son legítimas y cuáles excesivas: soñamos con lo imposible. (p. 25)

Por ende, vemos a un individuo que se aventura por un mundo lleno de incertidumbre, a partir de lo que le brinda el entorno social en materia de emprendimiento. Un individuo que se enfrenta ante una constante batalla interior, producto de los alcances, donde proyecta sus deseos y a donde logra llegar, en contraste, con las posibilidades que le brinda su realidad. De esta manera, surge un individuo vulnerable, a padecer frustraciones causadas por las limitaciones de sus deseos, lo cual termina por convertirse en el punto de partida de la decepción como sensación centrada en la persona. *"El consumo es el mayor vector de la expansión de la decepción"* (Lipovetsky, 2007, p. 50).

"[...] Al buscar la felicidad cada vez más lejos, al exigir siempre más, el individuo queda

indefenso ante las amarguras del presente y ante los sueños incumplidos: continuamente se conciben y frustran esperanzas que dejan tras de sí una impresión de cansancio y desencanto" (p. 26). En ese sentido, lo que afirma Lipovetsky conduce a indagar otras vertientes que involucran al individuo en relación con el mundo social y que terminan por fundamentar su término de decepción en masa y consiente mostrarnos un panorama de manera general, de las consecuencias que trae consigo este fenómeno a nivel social, dentro de la lógica consumista de nuestros tiempos.

La búsqueda del individuo, por la libertad, la felicidad, el bienestar, son aspectos que deben ajustarse de acuerdo con la lógica de consumo para su justa reflexión. La relación que existe entre la lógica de consumo y el intento del individuo por alcanzar estos objetivos permiten evidenciar un mar de contradicciones y paradojas que desembocan en lo que Lipovetsky denomina *"espiral de la decepción"*.

La noción de individuo libre en nuestros tiempos queda extinguida, el individuo se empeña en establecer un vínculo dependiente, para nada consciente, inducido por la lógica consumista y promovida por su deseo. Esta dependencia se presenta como una respuesta del individuo ante lo que la sociedad le brinda; en su vida cotidiana, la búsqueda de la felicidad y el bienestar oscila en torno a la satisfacción de su deseo. Son sensaciones transitorias, que una vez "evaporadas", aparece de nuevo el individuo vulnerable a sufrir decepciones. Sin embargo, Lipovetsky argumenta que, en términos generales: "El consumo engendra más satisfacción que decepciones, porque es una ocasión para renovar lo cotidiano. Un pequeño acontecimiento en la rutina de los días, capaz de rejuvenecer, en cierto modo, nuestra vida".

He aquí a un individuo que vive el presente y se constituye ante los vacíos que deja la lógica de consumo. He aquí el peligro del reino de lo banal, lo trivial y de lo efímero. Esta es la premisa que fundamenta la idea de una sociedad de la decepción. “Cuanto más se incita a la gente a comprar, más insatisfacciones hay: nada más satisfacerse una necesidad, aparece otra, y este ciclo no tiene fin”. El consumo es un círculo vicioso que rodea al individuo, provocando un vacío interior, ante las falsas necesidades que este crea. La sociedad de la decepción refleja la pobreza interior de sus miembros, donde prosperan la zozobra, el desengaño, la decepción y la angustia. ¿Cuál será el destino de esta fiebre consumista? La respuesta no la sabemos y el futuro es incierto. “[...] cuanto más se consume, más se quiere consumir, porque la satisfacción de una necesidad genera nuevas demandas” (p. 83).

Las tesis pesimistas de Lipovetsky consignadas en la entrevista cobran una vigencia importante, si se traen a colación en el presente —en el contexto que habitamos—, en medio de una situación de pandemia mundial. Una sociedad de la decepción que es absorbida por la pandemia necesita prestar atención a las repercusiones que traen a nivel subjetivo,

más aún, cuando la pandemia ha modificado por completo las dinámicas sociales, pero sobre todo ha postergado la urgencia de los placeres y la satisfacción inmediata de las necesidades.

La pandemia trajo consigo la posibilidad de hacer un frente a la idea de que venimos asistiendo a un “proceso de rebarbarización del mundo”. Las representaciones sociales hacia el virus, el cuidado de sí y de los otros por medio del distanciamiento social, la muerte, el teletrabajo, han sido artífices en la posibilidad de repensar mundos posibles. La pandemia nos ha dejado vulnerables, es una sociedad cuyo destino está orientado a sobrevivir. Esta premisa obliga a considerar las prioridades y a sacrificar los principios hedonistas. A su turno, dejar en un segundo plano el halago y la expansión de uno mismo, que terminan situando en un pedestal el paraíso del bienestar, la comodidad y el ocio.

Referencia

Lipovetsky, G. (2008). *La sociedad de la decepción Entrevista con Bertrand Richard*. Anagrama.