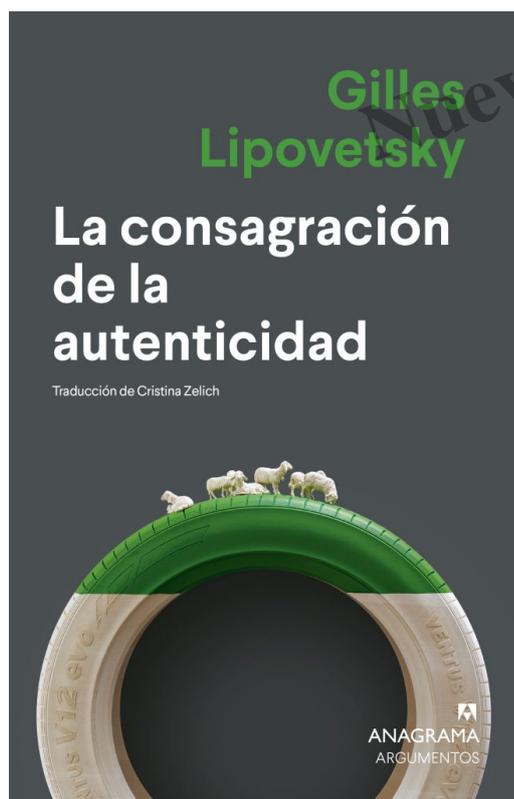


«La consagración de la autenticidad», de Gilles Lipovetsky

Descripción

Gilles Lipovetsky. Filósofo y sociólogo francés. Profesor de Filosofía en la Universidad de Grenoble (Francia). Autor de célebres ensayos que analizan la sociedad posmoderna, como *La era del vacío* (1983), *El imperio de lo efímero* (1987) y *El crepúsculo del deber* (1992).

Avance



Gilles Lipovetsky: «La consagración de la autenticidad». Anagrama, 2024

El filósofo y sociólogo francés, famoso por su diagnóstico del mundo contemporáneo mediante conceptos como «hiperindividualidad» e «hipermodernidad», vuelve para añadir uno a su repertorio: «autenticidad». En su más reciente libro editado por Anagrama, *La consagración de la autenticidad*, Lipovetsky plantea que este ideal se ha convertido en el nuevo faro existencial de nuestra época. En

un mundo marcado por la incertidumbre y la desaparición de los grandes relatos que daban sentido a la vida, la autenticidad emerge como un imperativo ineludible: significa ser fiel a uno mismo, vivir según los propios deseos y emociones. Este ideal, promovido por esferas tan distintas de la vida contemporánea como la moda, la dieta, la vida en pareja o el trabajo, promete una existencia más plena.

A lo largo del texto, Lipovetsky desentraña cómo el ideal de la autenticidad ha evolucionado: desde su origen en la filosofía y el arte como una búsqueda ética de la verdad, pasando por su politización en los años 60 como un acto de rebelión contra el sistema, hasta convertirse en un fenómeno comercial en la actualidad. Hoy, «ser auténtico» ha dejado de ser un acto de introspección o sacrificio, para transformarse en la nueva normalidad. En este contexto, la autenticidad se confunde con una forma de consumo, una promesa publicitaria que, paradójicamente, diluye su esencia filosófica y nos hace obedientes a la lógica del mercado.

Lipovetsky finaliza el libro poniendo sobre la mesa una pregunta que parece haber estado implícita en toda la discusión: ¿La autenticidad es la respuesta a los problemas del mundo contemporáneo? Aunque reconoce sus valores positivos, el autor señala los riesgos de una obsesión por la autenticidad: alienación, frustración y polarización social. Más que idealizarla como la cura de todos los males, aboga por medidas estructurales que reconstruyan la seguridad económica, social e identitaria. Para Lipovetsky, el verdadero cambio no vendrá de la búsqueda de un «yo auténtico», sino de acciones colectivas que fortalezcan la confianza en las instituciones y en la vida política.

Artículo

Sea usted mismo», «Haga lo que le plazca», «realícese». Estos imperativos han invadido diversas esferas de nuestra vida: el trabajo, las relaciones de pareja, la alimentación, la educación, la salud, la política, la salud mental. Como plantea el filósofo y sociólogo Gilles Lipovetsky en *La consagración de la autenticidad*, vivir auténticamente se ha erigido en las últimas décadas como el nuevo ideal existencial de nuestra era, que dicta que cada individuo debe ser fiel a sí mismo y vivir conforme a sus deseos y emociones. El sector comercial se ha apropiado de este mensaje. Marcas como Calvin Klein, Hugo Boss y Lacoste, bajo lemas como «Be good. Be bad. Be yourself», «No imitéis, innovad» y «Conviértete en lo que eres», no solo nos venden sus productos, sino la promesa de alcanzar la autenticidad a través de su consumo.

La tesis central de Lipovetsky en este libro es que, en una época marcada por los cambios acelerados y la incertidumbre sobre el futuro, en donde prima la inseguridad y la sospecha, la autenticidad se ha erigido como salvavidas. Frente a la desaparición de los grandes relatos sobre el sentido de la vida, la sociedad contemporánea no solo promueve, sino que exige a los individuos vivir de forma auténtica.

Sin embargo, Lipovetsky advierte que este fenómeno viene acompañado de una paradoja sorprendente: «Cuanto más peso adquiere el ideal de ser uno mismo en las aspiraciones individuales, menos preeminencia tiene la autenticidad en el universo teórico». Así, mientras más se difunde el concepto de autenticidad en la vida cotidiana, más se desvanece su aura filosófica, convirtiéndose en un eslogan vacío. Este libro es un testimonio de que, precisamente por el gran impacto que tiene la autenticidad en la vida moderna, es un tema que no debe ser pasado por alto por los pensadores.

Las fases de la autenticidad

La filosofía siempre ha estado relacionada, de una forma u otra, con la búsqueda de la autenticidad. La famosa inscripción en el oráculo de Delfos «Conócete a ti mismo» tuvo un lugar central en el pensamiento de **Sócrates**. No obstante, esta aseveración no tiene el mismo sentido que, por ejemplo, el *be yourself* que promueve Calvin Klein. Sócrates no instaba a los ciudadanos de Atenas a vivir según sus propias reglas y ser fieles a sus deseos individuales; todo lo contrario. El *sí mismo* del que habla Sócrates no se refiere a una persona particular, sino a la humanidad en conjunto. Significa: conócete en tanto ser humano, finito, frágil, limitado y, con ello, reconoce tu ignorancia. Para Sócrates, ese es el primer paso para alcanzar la virtud. Nada más lejano del *be yourself* «que rima con «vivir más», «sentir más», «no privarse de nada», «disfrutar» a través de los placeres del instante, de las experiencias efímeras, excitantes y sensoriales», según Lipovetsky.

«Vivir en concordancia con uno mismo, mostrarse tal como uno es, sin máscaras ni disimulos, seguir el propio camino: una ética así no tiene nada de universal», afirma Lipovetsky. El imperativo de la autenticidad fue totalmente desconocido para sociedades donde la tradición y la religión eran los cimientos de la vida política y social. Se trata de un *ethos* que se impuso desde la Ilustración, con la llegada de sociedades democráticas e individualistas, que ofrecen a los individuos la posibilidad de autodefinirse y autogobernarse. Sin embargo, la autenticidad no se puede reducir a un único movimiento. Por ello, Lipovetsky propone dividirla en tres fases.

La primera surge en la segunda mitad del siglo XVIII y dura hasta la década de 1950. Fue cultivada y conducida por minorías intelectuales y artísticas como una exigencia ética. Su llamada a la autenticidad respondía a la necesidad de separarse de las creencias y convenciones sociales que aplastan la singularidad para ir en busca de la verdad, la libertad y la dignidad humana.

Filósofos como **Jean-Paul Sartre** y **Martin Heidegger** vieron la autenticidad como un medio para confrontar la alienación de la vida cotidiana, instando a los individuos a tomar consciencia de su existencia y su libertad, aun cuando ello genere angustia. Para Lipovetsky, este es el momento «heroico» de la autenticidad: implica sacrificar la comodidad que ofrece ser parte del rebaño. Esta actitud fue encarnada a partir del siglo XIX por la figura del artista bohemio que nació junto con el mundo moderno, con poetas como **Baudelaire**, **Lord Byron** y **Rimbaud**. Ante la sospecha de que en la vida burguesa y las convenciones sociales «la vida verdadera está ausente», en palabras de Rimbaud, rechazan los signos de éxito material, la respetabilidad social y las convenciones. Para ellos, ser uno mismo significa priorizar la experimentación y exploración de nuevas experiencias perceptivas que «aumenten» la existencia personal y la liberen de la banalidad de lo cotidiano.

La segunda fase de la autenticidad fue mucho más corta: empieza en la década de 1960 y termina a finales de 1970. **La exigencia de autenticidad salió de los círculos elitistas de artistas e intelectuales y se convirtió en un fenómeno generacional que reunió a jóvenes entre dieciocho y veinticinco años.**

Es en este momento que la autenticidad se politiza, cuando la lucha por la verdad se convierte en una lucha por la justicia social. Su objetivo tenía una dimensión utópica: reformar por completo el sistema establecido, derribando la organización del mundo, los valores y las instituciones oficiales, para reconstruirlo a partir de la autenticidad. Lipovetsky incluye, por ejemplo, a los *hippies*, los *freaks*, los *yippies* y los estudiantes de Mayo de 1968.

La autenticidad como mercancía

Hoy en día nos encontramos en la tercera fase de la autenticidad, aquella que se expande por todos los espacios de la sociedad contemporánea. **El ideal de ser uno mismo ha dejado de ser un acto de rebelión para convertirse en una exigencia social y comercial. Así, el objetivo ya no es cambiar el mundo, sino encajar en él. Lo normal es ser diferente.**

En esta tercera fase de la autenticidad, ser auténtico ha adquirido un significado nuevo. Si para filósofos como Sartre y Heidegger, o para jóvenes que protestaban contra la Guerra de Vietnam, ser auténtico significaba ser fieles a sus principios aun cuando ello significara abandonar la comodidad, para el sujeto del siglo XXI, ser auténtico significa lo contrario. La autenticidad es buscada para aliviar todo estrés y malestar. Su objetivo es la felicidad individual: una vida que no encuentre ningún obstáculo para sus deseos. Lo que se busca es una autorrealización personal.

En este contexto, «ser sí mismo se confunde con gobernar la propia vida o cambiarla para encontrar los placeres que nos convienen, escuchar nuestros deseos íntimos, sentirse a gusto con el propio cuerpo, vivir intensamente el presente, saborear al máximo los placeres de la existencia», sostiene Lipovetsky. Esta actitud se traduce en una sociedad hedonista, en donde todo es instantáneo y los individuos son proclives a la frustración. Cuando algo no logra saciar su exigencia de autenticidad —o sus deseos— es normal que los individuos cambien de dirección o rompan compromisos. «Nuestra época es la época de la autenticidad inestable», afirma el autor.

La moda, el arte, la dieta, el bienestar, el trabajo, las relaciones románticas, todo se ofrece como un camino a la autorrealización. La industria del entretenimiento, con la proliferación de *influencers* y *reality shows*, también se suma a esta tendencia, mostrándonos versiones «auténticas» de individuos que, en muchos casos, viven de crear y mostrar versiones idealizadas de sí mismos. Un máximo exponente de la exigencia de autenticidad es la aplicación *BeReal*, que, una vez al día, le da una ventana de dos minutos a los usuarios para que capturen una foto de lo que sea que están haciendo en ese momento. La idea es que se muestren a sí mismos de forma espontánea, sin dejar espacio para la artificialidad. Pero, como señala Lipovetsky, esta búsqueda de autenticidad no es más que una ilusión. La verdadera motivación detrás de la sobreexposición de nuestras vidas en redes sociales no es mostrar quiénes somos, sino ser vistos y agradar. Así, la autenticidad se convierte en un ejercicio vacío.

Vivimos en una constante búsqueda de la autenticidad, pero, paradójicamente, nuestra singularidad está perfectamente moldeada por los productos que consumimos: «Es el orden económico, denunciado alto y fuerte como fuerza de alienación, máquina de desposesión subjetiva, el que ha sido, a través de la normalización comercial, el vector primordial de la aceptación unánime del principio de libre determinación de sí». Aquí, Lipovetsky introduce una crítica: **el capitalismo de consumo ha convertido lo que alguna vez fue una búsqueda interior y un convencimiento ético en una mercancía.** «Ser tú mismo» ya no es una llamada al conocerse a sí mismo socrático, sino a la

adquisición de productos que nos prometen ser más «auténticos».

¿Puede la autenticidad salvar el mundo?

Lipovetsky finaliza el libro poniendo sobre la mesa una pregunta que parece haberse deslizado lo largo de toda la discusión: ¿Realmente es tan importante ser auténticos?

Existe entre nuestros contemporáneos muchos que piensan que las desgracias de la actualidad, como la alienación, el individualismo y la polarización, podrían ser superadas si retornamos a lo natural, lo verdadero, lo auténtico, sostiene Lipovetsky. No obstante, el autor se detiene en algunas esferas de la vida contemporánea para demostrar que el ansia de autenticidad, a pesar de tener valores positivos, también puede causar problemas. Una de ellos es la política.

La autenticidad ha emergido como la virtud capaz de revitalizar las democracias liberales, anulando la hipocresía, las promesas incumplidas y la contradicción entre lo que se dice y se hace. Es cierto que ello es fundamental, señala Lipovetsky. Sin embargo, también es cierto que la autenticidad es lo que vuelve atractivos a los líderes populistas, quienes se presentan a sí mismos como los únicos auténticos portavoces de la voluntad popular: del odio, la frustración y el hartazgo de los ciudadanos. Así, «lejos de favorecer el auge de democracias de confianza, la retórica populista atiza la desconfianza de los ciudadanos hacia sus dirigentes, incrementa las disensiones, incita al odio hacia los cuerpos intermedios y los inmigrantes, extiende la intolerancia, la xenofobia, la paranoia colectiva: el populismo se caracteriza por un régimen de autenticidad de odio».

Lipovetsky presenta a **Donald Trump** como ejemplo de ello. Con sus frases incendiarias, sus discursos llenos de groserías e insultos, se muestra «auténtico»: un adversario de lo políticamente correcto, que es tomado como sinónimo de la hipocresía. En cambio, él dice «las cosas como son», sin esconderse tras un lenguaje conformista y mesurado. De este modo, alimenta el resentimiento hacia las minorías étnicas, los inmigrantes, los medios de comunicación y cualquiera que se oponga a su visión.

Con este caso, queda ya clara la posición de Lipovetsky: **la autenticidad no es la «herramienta maravillosa de la salvación hipermoderna»**. No obstante, el autor tampoco busca desacreditar la cultura de la autenticidad, sino dejar de reconocer en ella la solución para todos nuestros males como sociedad. «Hay que rechazar enérgicamente la antigua idea de que «la autenticidad está bien, la no autenticidad está mal»», afirma. Y no olvidar, además, que el concepto de «autenticidad» es profundamente escurridizo. ¿Podemos estar realmente seguros de conocer nuestro *ser auténtico*? ¿No somos, más bien, sujetos en constante cambio? ¿No estamos también moldeados por el entorno en el que nos encontramos? Heidegger, por ejemplo, diría que ser auténtico no implica asumir un «verdadero ser» estático, sino adoptar una actitud constante de cuestionamiento que nos permita tomar conciencia de nuestra existencia. O, parafraseando el poema de **Constantino Kaváfis**, lo importante no es llegar a las Ítacas, sino lo que se aprende en el viaje.

Como corolario, Lipovetsky ofrece una vía alterna para combatir la incertidumbre e inseguridad a la que nos arroja continuamente el mundo contemporáneo: **«Únicamente medidas estructurales serán capaces de reducir los sentimientos de seguridad económica, social e identitaria**; solo acciones políticas que demuestren que la colectividad nacional no está del todo desposeída de control sobre sí misma, que es capaz de gobernarse de modo eficaz, permitirán recrear seguridad, confianza en las

instituciones y en la vida política [...] con un nuevo modelo económico menos sujeto al sistema cortoplacista, con un funcionamiento colectivo menos desigual, con acciones públicas a favor de una mayor justicia social que reduzca las causas profundas que alimentan al sentimiento de inseguridad, las iras, la indignación y los resentimientos de las capas populares y de una parte de las clases medias».

La foto que ilustra este texto, de Matej, se puede encontrar en [Pexels](#).

Fecha de creación

12/12/2024

Autor

Fernanda Cueto Echeandía

Nuevarevista.net