

# LA RESISTIBLE EXPANSIÓN DEL UNIVERSO IRÓNICO

Manuel Saiz



AJUNTAMENT DE VALÈNCIA

PRE-TEXTOS

Un jurado compuesto por Emiliano García Domene (presidente), María José Soler Pérez (secretaria), Vicente Gallego, Marina Gilabert, Gloria Marcos y Fernando Marín (vocales) acordó conceder el Premio “Celia Amorós” de ensayo en castellano, de los XXXVIII Premios “Ciutat de València”, a la obra *La resistible expansión del universo irónico*, escrita por Manuel Saiz.

En coedición con



**AJUNTAMENT DE VALÈNCIA**  
REGIDORIA DE PATRIMONI I RECURSOS CULTURALS

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, [www.cedro.org](http://www.cedro.org)) si necesita fotocopiar, escanear o hacer copias digitales de algún fragmento de esta obra.

*Primera edición: abril de 2021*

Diseño cubierta: Pre-Textos (S. G. E.)

© Manuel Saiz, 2021

© de la presente edición:  
PRE-TEXTOS (S.G.E.), 2021  
Luis Santángel, 10  
46005 Valencia  
[www.pre-textos.com](http://www.pre-textos.com)

IMPRESO EN ESPAÑA / PRINTED IN SPAIN

ISBN: 978-84-18178-66-5

DEPÓSITO LEGAL: V-239-2021

Impreso en Ulzama Digital SL

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	9
--------------------	---

## CAPÍTULO UNO DESPLAZAMIENTOS

LA IDENTIDAD .....	21
LA IRONÍA .....	31
LA TENSIÓN .....	45
LA CONVERSIÓN .....	61
EL ESPEJO .....	75

## CAPÍTULO DOS LA EXPANSIÓN DEL UNIVERSO

LA ADAPTACIÓN .....	87
LA EXPANSIÓN .....	95
LAS PRESIONES .....	109
EL TURISMO .....	121

## CAPÍTULO TRES UN SOLO UNIVERSO

EL INTERFAZ .....	141
LAS DIFERENCIAS .....	149
LAS RUPTURAS .....	161
EL ESPACIO CERRADO .....	179

## CAPÍTULO CUATRO LA VERDAD

EL EPÍLOGO .....	189
LA SUSPENSIÓN .....	191
LA VIDA, LA MUERTE .....	201

## INTRODUCCIÓN

En un bar tradicional, un poco polvoriento, un *hipster* protesta porque se le ha cobrado por una cerveza bastante más que a su vecino en la barra, y entonces uno de los dueños, que desprecia ese tipo de clientes y sus exigencias, se dispone a insultarle desde detrás del mostrador. Entonces interviene el otro dueño, que está junto a él, y lo aparta de la conversación con la delicadeza con la que se trata a los enfermos de demencia senil, para explicar al cliente el criterio por el que se rigen los precios del negocio y con la intención de suavizar las asperezas: por el dinero que él ha pagado –le dice– recibe mucho más que la cerveza, porque mira el local y a los parroquianos como si fueran una curiosidad anacrónica, y hace comentarios jocosos a sus amigos sobre ellos; por lo que paga no sólo recibe una bebida fría, sino que también obtiene «una experiencia», está ahí «irónicamente», mientras que su compañero de barra es, simplemente, una persona que ha bajado al bar de la esquina a tomarse una cerveza. «¿Entonces se trata de un impuesto de gilipollas?», pregunta el *hipster*. «Se puede decir así», contesta el dueño.

La conversación se desarrolla en la tasca Horace and Pete's, dentro de la trama de la serie de televisión americana del mismo nombre. Es una situación perfectamente contemporánea, en cuanto que el escenario en el que se representa, los personajes que intervienen y la relación entre ellos presuponen toda una realidad exterior, no sólo la correspondiente a la producción de una ficción televisiva –la cámara, los focos, el equipo técnico, los *budgets* y las redes de distribución–. La escena, tanto en lo que respecta al contenido de la conversación como a las necesidades de cualquier producción audiovisual en la actualidad, requiere la existencia de todo un entramado global de interdependencias económicas, sociales y políticas, un conjunto heterogéneo de redes de comunicación física y virtual, de procesos de especulación inmobiliaria y gentrificación, de economías creativas y *branding*, de *outsourcing* industrial, etcétera. La posibilidad de esta escena exige, sobre todo, la operación simultánea

de múltiples capas de sentido y niveles de consciencia en cada uno de los participantes –incluidos los espectadores–. Lo que a efectos de este libro llamo «el universo irónico» es la consecuencia conjunta de todos estos factores y, en ese sentido, se puede decir que la mayor parte de la población mundial vive ya inmersa en ese ámbito irónico, entre otras cosas, porque de la misma forma que no hay nada que pueda ser completamente irónico –eso es un contrasentido–, tampoco hay un mensaje o una situación completamente libre de ironía. Un cierto grado de tensión irónica se da en todas las relaciones humanas y se presupone ya en el mero hecho de mantener una conversación, ya que esta ha de desarrollarse necesariamente entre dos niveles de consciencia, el propio y el del interlocutor, que contemplan distintas realidades. El universo irónico se expande propulsado por la energía cinética que desarrollan estas diferencias de potencial entre niveles de consciencia. Los varios enfoques de la realidad contemporánea que desarrollo a continuación, describen distintos elementos de la composición de la atmósfera de este universo –o de la ausencia de esta.

Horace and Pete's podría estar casi en cualquier ciudad del mundo –o bien, casi todas las ciudades del mundo tienen al menos un bar como este–. En todas hay un establecimiento tradicional que formaba parte del paisaje de forma natural y que fue avejentándose mientras se seguían ejecutando en él rituales correspondientes a las necesidades de otras épocas. Ahora hay quienes lo visitan irónicamente, que lo miran desde una dimensión espacio-temporal que se diría distinta de la de los clientes tradicionales. Es fácil localizarlo y reconocerlo, porque aparece en todas las guías *online*, y porque está junto a una cafetería *third wave* que acaba de abrir –el local era una mercería hasta hace unos años–, que sirve tostadas de aguacate y huevos benedictinos a la hora del *brunch*, y en la que, ocasionalmente, un vecino despistado de los que tradicionalmente populaban el barrio entra a preguntar si venden tabaco, para el estupor y reafirmación soberbia del camarero. Es ese vecino que después disfruta de su merecida cerveza en la barra tras un día largo de trabajo, y que parece que se encuentre ahí de forma directa, sincera o inocente –no es seguro–. Horace, el dueño, sin embargo, participa de la situación de forma tan irónica como el cliente más enterado, por el mero hecho de percibirla, por ser consciente de ella. Esta manera de estar en el mundo es contagiosa, cada vez más común y obligada, y se podría definir como un grado elevado de consciencia: quien experimenta el mundo de forma irónica se distancia de él, se sabe parte

de ese mundo, que mira con perspectiva. Sobre todo, se mira a sí mismo estando en el mundo, se mira a sí mismo mirando esas facetas del mundo en las que él mismo se ve reflejado. Así como el *hipster* se reconoce a sí mismo y se separa de los clientes habituales de Horace and Pete's, de la misma forma Horace sólo puede ser consciente del provecho psicológico que el *hipster* extrae de su visita en la medida en la que él también se contempla –se ve a sí mismo como una atracción en un escenario–, y saca su propio provecho de ello –cuando menos, el que suponen esos dólares extras y ese doble sentimiento de superioridad sobre el cliente y su propia situación en el mundo.

La serie, supuestamente, es una comedia. El autor, Louis C. K., se ha hecho famoso en Estados Unidos por varias producciones de televisión en las que trabaja de actor y guionista, así como por espectáculos de *stand-up comedy*. En *Louie*, uno de sus trabajos anteriores, C. K. se interpreta a sí mismo como cómico y guionista, en un alarde más de actitud irónica, ya que en la trama no se sabe bien qué es biográfico y qué es inventado, quiénes se interpretan a sí mismos y quiénes a otros –aunque finalmente, de una forma u otra, todos sean intérpretes y ellos mismos a la vez, tanto en la serie como en la vida fuera de la pantalla–. En una escena de uno de los primeros capítulos, C. K., el personaje, habla con una ejecutiva del mundo del cine que le pregunta entusiasmáticamente cuál es el proyecto que más le gustaría realizar. Responde que su sueño es realizar una serie de televisión en la que todo empiece mal y conforme vayan avanzando los episodios, todo vaya a peor. Con *Horace and Pete's* el personaje, el actor, o ambos, han cumplido su deseo.

En efecto, desde el primer capítulo la serie es un collar de perlas del desasosiego: violencia psicológica, sadismo, odio de padres e hijos y viceversa, cáncer, futilidad de todo esfuerzo, problemas económicos, mentales, de identidad, presión corporativa... El aspecto formal de la serie responde perfectamente a las claves del género de la comedia, por los canales por los que se distribuye, por la duración de los capítulos, por los decorados y el estilo de rodaje y de la narrativa, por la manera en la que interactúan los personajes –también tiene alguna escena cómica *en el sentido clásico*...– y, sin embargo, todo lo que sucede es trágico, perturbador y desesperante. La atmósfera apocalíptica describe con fidelidad –quizá demasiada– el mundo contemporáneo, en donde la vida cotidiana tiene pocas cosas divertidas. No es que la vida tradicional fuera una jerga constante, pero el repertorio de desgracias, reales e imaginarias, no incluía entonces ni con mucho la variedad de supermercado que el destino ofrece en

la actualidad a cada ser humano que participe en sociedad. Si existe la felicidad, es sólo una idea, una capa fina de la nata de la vida que los medios de comunicación recogen, montan, azucaran y sirven por encima de la realidad de las cosas. Tantos años viendo la televisión hacen pensar que existen lugares idílicos y momentos exultantes –en los suburbios americanos, por ejemplo, en los años cincuenta–, aunque la realidad de la vida sea, como escribe Ludwig Wittgenstein y parece confirmar *Horace and Pete's*, «una tortura que sólo decrece a ratos, al objeto de que permanezcamos sensibles para posteriores tormentos». Ese es el efecto que producen en la serie esos pocos momentos de humor descompresivo. La vida, cuando menos, es una secuencia de problemas, algunos de los cuales ocasionalmente se resuelven satisfactoriamente, para poder así recordar cómo de inconvenientes son aquellos con los que todavía tenemos que negociar, y las molestias que nos podríamos ahorrar si algún día se resolviesen.

La forma irónica de estar en el mundo de la que hacen gala los personajes en la trama es adoptada por la serie de televisión en su conjunto en otro nivel, como medio audiovisual de comunicación que incita al público a reír en cada capítulo como si nada, a pesar de las miserias que narra de la vida de Horace, de la de Pete y de la de todos los personajes que aparecen. Los espectadores responden a estímulos muchas veces ensayados en otros productos estereotipados del género, y encuentran su placer y alivio en su acoplamiento pauloviano perfecto a la secuencia de acontecimientos que reconocen por haberla visto anteriormente en otras muchas comedias, y porque observan las prescripciones de un ritual que les resulta natural y del que no son del todo conscientes. El efecto de esta divergencia entre el formato cómico y el contenido trágico, se experimenta también al escuchar las actuaciones públicas de George Carlin, otro cómico americano. Desde los años sesenta hasta el momento de su muerte en 2008 las grabaciones de sus espectáculos, casi uno por año, fueron puestas a la venta en los soportes correspondientes a cada época: disco, casete, CD, mp3... Si se escuchan todas correlativamente se puede entender la lógica que subyace bajo una secuencia de estilos que empieza con humor más bien grueso, de temática sexual en su mayoría, continúa durante la siguiente década con sátira política, para acabar en un suave fundido hacia un humor posmoderno sobre el lenguaje, autorrefente en muchos casos con respecto a la forma del discurso de sus propios guiones. Las grabaciones en YouTube de sus últimos espectáculos, ya en el siglo XXI –tanto en el tiempo como en los modos y las



necesidades—, presentan a un hombre agotado, sin ilusión. No hay nada de lo que dice que no sea una crítica agria, o un insulto, a los políticos, a los espectadores y al mundo en su totalidad. La realidad de la calle y de los medios de comunicación se ha apoderado del espectáculo, los problemas políticos y sociales han subido al escenario, y el personaje ha sido tomado por las urgencias del actor, de la persona que se oculta detrás, y que envejece y se angustia por el mundo y por su vida. Y el público todavía se ríe en las pausas como lo hacía con Abbot y Costello.

Se podría decir que tanto Carlin como C. K. —y la totalidad de sus contextos profesionales y temáticos— han hecho en sus trabajos un uso tan extenso de la ironía, han mezclado de tal forma estos dos modos del lenguaje, el directo y el irónico, que el público supone inmediatamente que todo lo que dicen en el escenario tiene un significado distinto de lo que a primera vista parece, hecho que los asistentes sabían encajar en espectáculos anteriores pero cuya lógica ahora no consiguen captar en este, aun seguros de que necesariamente tiene que ser algo gracioso, dados el tono, la cadencia, el local en el que asisten al espectáculo, el personaje y su reputación. Necesariamente tiene que haber un sentido opuesto o más allá del que están recibiendo. A veces parece que Carlin intenta sacudir al público sin resultado, hacerle entender que lo que dice es literal, y la frustración de no lograrlo todavía lo hace más agrio —el mismo efecto que obtiene el discurso de Brian, en *La vida de Brian*, en que intenta convencer a una multitud de que cada uno de ellos es distinto, todos individuos, y le responden afirmativamente, de forma entusiasta, al unísono.

Un análisis ligero del mundo que se hiciera basándose en las pautas de estos dos ejemplos mediáticos podría hacer pensar que ya no hay lugar para la ficción, porque inevitablemente todo lo que se expresa se inserta rápidamente en el flujo de lo real. Sin embargo, una mirada de soslayo al público ya refleja que esa realidad que ocupa ahora los guiones de cine y de televisión —de novela y de teatro— ha podido llegar a invadirlos en la medida en la que la realidad misma se había convertido previamente en ficción. Tanto como la realidad se ha subido al escenario, así la comedia ha ido saltando de las tablas al patio de butacas y, después, al ámbito social. Escribe Foucault que las prácticas psiquiátricas y los sistemas disciplinarios penales en un momento dado se abrieron al mundo exterior, salieron fuera del sanatorio y de la cárcel, y sus disciplinas empezaron a aplicarse en la sociedad en general. También los dobles sentidos, las imitaciones, las parodias que habitaban los escenarios del teatro y del *night*

*club* han salido ahora de esos santuarios, y las leyes que los rigen ya no se cancelan cuando se cruza la puerta de la sala tras la función. La comedia ahora se practica en acciones en el ámbito social que usan la contra-venencia de los hábitos para confundir al populacho –al electorado o al consumidor–, para divertirlo o seducirlo. Sucede de forma evidente en bromas elaboradas o *pranks*, definidas y concretas –como por ejemplo las de Joey Skaggs o *The Blue Man*–, pero la comedia existe ahora, de forma más sutil y efectiva, sobre todo adherida como una pátina a la superficie de toda relación social que se establezca entre más de, digamos, cuatro personas.

La risa suaviza las tragedias cotidianas y sirve así bien a las necesidades sociales, entre ellas la de aligerar la carga de los sistemas psiquiátricos públicos. También es una forma de desviar la atención lejos de los problemas, y a menudo las comedias callejeras y sociales tienen un motivo político superficial que, junto con el *tono divertido*, justifica en la mente de sus ejecutores la inserción, *unsolicited*, en el espacio público, y que protege a actores y espectadores –todos ahora «usuarios»–, de tonos dramáticos más intensos. La comedia gana terreno porque es ciertamente una manera de no tomar las cosas al pie de la letra, de relacionarse con ellas como si no existiesen o como si fueran ficticias. El caso de los *flash mobs* es todavía más extremo, ya que ni siquiera hace falta una coartada social o política: para este tipo de broma colectiva pública es suficiente con que jóvenes pudientes y *creativos* se diviertan en una especie de programa de cámara oculta de generación espontánea. Se trata necesariamente sólo de *hacer el tonto*, porque si el acto es organizado por una mente diabólica –es decir, con fines comerciales, publicitarios o de relaciones públicas–, entonces no merece ser llamado *flash mob*. La práctica se podría presentar como una apropiación de los instrumentos de la publicidad para usos lúdicos, como si mediante este exorcismo los hubieran liberado de la estrecha prisión a la que los condena la rentabilidad. En realidad y en definitiva, las acciones de esta clase están imbricadas en la maquinaria mediática hasta el punto en que son indistinguibles de los *stunts* publicitarios. Aquí se promocionan las redes sociales por las que los participantes consiguen reunirse, los reproductores de *mp3* con los que sincronizan sus movimientos, el atrezo que cada miembro ha de comprar para uniformarse, etcétera. Las demás publicidades van imbricadas en estas, porque los medios de comunicación, en definitiva, siempre hacen publicidad de los medios de comunicación, su prioridad es enfatizar su propia importancia y valor social.

Este fenómeno se podría entender como un acto sacrificial, en cuanto derroche improductivo en el sentido de Georges Bataille, si no fuera porque estos bienes que se destruyen en la fiesta se pagan con un dinerillo que sobra de los dividendos de los fondos de inversión. En cuanto a la transgresión, la exaltación de la heterodoxia y la provocación que supone, son del mismo tipo que las de la Navidad, de *Halloween*, de Semana Santa –*Easter*, quizá mejor–, del Día de los Enamorados y del Día del Padre, porque todos estos fenómenos van reduciéndose a su característica esencial: pasarse en estado de embriaguez/semiembriaguez por las calles luciendo disfraces de plástico fabricados en China, que muestren de forma ostensible que son de plástico –el gran teatro del mundo ya sólo programa comedietas–. Cuando las prácticas de los escenarios salen a la calle –y todos los paseantes se vuelven comediantes– sus operaciones ocupan por completo el espacio público y mediático, y el papel protagonista se reparte entre todos los que quieran acercarse. La ironía de la situación consiste en eso: el público mismo como tal desaparece, porque el propósito de los que participan en la comedia del mundo actual no es ver actuar a otros, ni siquiera que otros los vean, sino verse a sí mismos actuando, entre los otros, y verse también a sí mismos viéndose. Lo específico de este universo irónico consiste precisamente en esa autocontemplación y los participantes encuentran divertida la comedia, generalmente, porque son ellos mismos quienes la representan y la miran, los que la entienden.

Unos saben más que otros y la esencia de ese saber consiste especialmente en que saben que lo saben –que saben de sí mismos–. El conocimiento sirve específicamente para el dominio de aquellos que saben menos y únicamente para eso, y entra en función cada vez que varios ámbitos entran en contacto: si no hay interacción entre unos y otros, en su aislamiento en un entorno y circunstancias propios, cada uno conoce muy bien su parte. Los países víctimas de las empresas colonizadoras occidentales durante el siglo XIX, por ejemplo, tenían una estructura social de tradiciones y medios de vida en funcionamiento perfecto en lo que respecta a su propio sistema en el momento que llegaron los representantes de las potencias europeas ostentando una razón *superior* que supuestamente legitimaba esa dominación. Se trataba de un conocimiento tecnológico más desarrollado pero, sobre todo, de una conciencia extrema de sí mismos, de sus límites, de su individualidad y de su amplitud moral de miras (puramente operativa). El desequilibrio de esta relación, que se da en la mayor parte de los encuentros entre distintas sociedades y propicia todos los

conflictos, explotaciones y pillajes –turismo, inversión exterior, expansión de redes de comunicación, esclavismo, etcétera–, se puede observar también claramente definido en el nivel de los individuos particulares de todas las sociedades, en la interacción cotidiana con sus semejantes y en los contactos que mantienen con la sociedad. La historia de la humanidad –la de su realidad y la de sus ficciones– ha sido tejida mediante una sucesión de enfrentamientos entre sociedades, niveles de consciencia e individuos distintos, forjada a golpe de las prácticas engañosas que promocionan estos conceptos, en constante redefinición, de «individuo» y de «grupo».