

Por empezar por lo fácil, hipérbole significa, grosso modo, exageración: presentar las cosas más grandes o importantes de lo que son. De esto sabemos mucho en Gijón: Molinón, escalerona, iglesiona, mareona, etc. La hipérbole hincha las cosas no por engañar (que ésa es tarea de la mentira o del mentiroso), sino por realzar / recordar la grandeza de algo o alguien extraordinario. Ejemplos: resaltar la fuerza del cíclope que lleva en la mano un pino entero como si fuera un palillo, o cantar la belleza de una mujer, Helena, cuya extraordinaria hermosura –brazos níveos, cabello dorado y facciones divinas– motivó la Guerra de Troya.

De forma no del todo sorprendente, de la exquisita ilustración aristocrática hemos ido a parar a la más grosera exageración democrática. Si hemos de creer lo que leemos, el mundo actual está lleno de genios. Según parece, vivimos una nueva edad de oro. El «expansivo» Trump se considera el Presidente más grande de la historia de EE UU (por encima de Washington, Jefferson o Lincoln). De Morante de la Puebla dice la prensa pinturera que es el mejor torero de la historia (¿por encima de Belmonte y otros?). Otro tanto con Messi: según condecorados especialistas ha sido el mejor futbolista de todos los tiempos (¿y Pelé o Di Stéfano?). A un periodista asturiano recientemente desaparecido se le describió como «un gigante de la comunicación» (¿y qué fue entonces McLuhan?). Con el fallecimiento de Habermas, filósofo / sociólogo, el tono ascendió hasta lo celestialmente ditirámico: como si hubiera muerto Kant. De una profesora norteamericana premiada hace poco por un banco español se ha escrito que su filosofía de la ciencia ha cambiado el mundo (¿como Tocqueville con su «Democracia en América» que escribió a los 30 años?). A propósito, la ensalzada docente repite las viejas objeciones a la lógica de la investigación de Popper, filósofo-hipérbole. De otra persona conocida se ha dicho esto: cumbre poética, incomparable prosista, extraordinario ensayista, excelso columnista, conciencia de la nación, héroe de nuestra identidad. En resumen, mezcla de Goethe y Churchill. El problema de todas esas hipérboles es siempre el mismo: que se van fácilmente de las manos consiguiendo lo contrario de lo que pretenden: en vez de admiración, ridículo. A eso se llama en retórica «cacoce-lia».

Lo que hay que preguntarse es a qué viene esta desmesura, por supuesto nada inocente. Se exagera por algo y para algo. Primeramente, por el propio narcisismo de la época, que se cree muy superior a las anteriores. Después, por nuestra propia vanidad –banalidad: como profetizó Warhol, todo bicho viviente exige sus quince minutos de gloria. Ahora incluso más: se cabrea si no es tenido por genio. Una tercera razón es que fantasear sobre nuestras grandezas calma los nervios. En un mundo confuso que no sabe a dónde va, multiplicar genios y genialidades hace que la gente piense que somos capaces de frenar las convulsiones de la historia. Como el chamán primitivo repite sus bailes y rituales para espantar los malos espíritus, nosotros evocamos a

# De hipérboles y genios

LUIS MEANA

nuestros supuestos superhombres para alejar los peligros que asoman por el horizonte, con Putin y Trump a la cabeza. Tras ochenta años de plácido sueño dogmático sufrimos un despertar sobresaltado: resulta que nuestra seguridad no era eterna; que es imprescindible generar riqueza y prosperidad si queremos bienestar para todos; y ha quedado desinflada la fantasía de que con palabras y diálogo podemos superar todas las situaciones, fábula refutada mil veces por la historia.

Hay, por supuesto, otros motivos para esta pulsión desatada a la hipérbole. Por usar una fórmula famosa, la exageración es

el nuevo opio del pueblo. La hipérbole ha dejado de ser una incitación a la gesta para convertirse en una exaltación de la mediocridad. Esta gigantomaquia de lo mediocre es el fruto podrido de la corrupción de las mentes contemporáneas. Que prefieren la exageración a la crítica. La continua caída de los estándares de exigencia y de excelencia ha hecho que los cerebros no soporten la complejidad. Consecuencia: a nuestras sociedades les encanta crecientemente la basura teórica y los autores flojitos. A menor calidad de las ideas / cosas, mayor aceptación pública. A falta de referentes de verdadera altura, mediocres vestidos de gi-

gantes. Que, por supuesto, se adulan mutuamente: con abundante autobombo cícproco se aúpan todos al pedestal de los superhombres.

Evidentemente, todo este teatro necesita absolutamente una pieza imprescindible: los «virtuosos» de la propaganda. Periódicos flácidos, redes sociales asilvestradas, gurús / influencers aprovechados, doctrinarios o profetas mercenarios. La misión de todos ellos es seducir exagerando. Para tan sagrada tarea utilizan generalmente un viejo truco, gastado pero rentable: el «argumentum ad auditores», o Estratagema 28 de la «Eristica» o «Arte de tener razón» de Schopenhauer. Engaño que consiste en que, para ganarse el favor del auditorio, el demagogo usa un argumento falso, una falacia que sólo pueden detectar los buenos conocedores del tema, pero no el público profano. Que traga tan contento la trampa y descalifica al supuestamente derrotado. Como vemos a diario. Por ese camino las autoridades falsas se erigen en las verdaderas. Para gran goce de mentirosos y oligarcas. Ya advirtió Séneca que la gente prefiere creer a juzgar. Por la sencilla razón de que el juicio es una mecánica muy enrevesada, mientras la creencia es un engranaje simplérrimo: basta con doblar la cerviz ante el macho cabrío de la manada. Como se está demostrando. ■

