



Nacimiento de una lengua

Entre 1933 y 1945, Victor Klemperer, profesor judío expulsado de la Universidad de Dresde, mantuvo un diario en el que se describe el nacimiento y desarrollo de una lengua nueva: la lengua de la Alemania nacional-socialista. Klemperer consiguió salvarse del exterminio por estar casado con una «aria» (e *in extremis* por el bombardeo de Dresde) y, gracias a ello, en 1947 pudo publicar su texto bajo el título *LTI – Notizbuch eines Philologen*, donde LTI son las siglas de *Lingua Tertii Imperii*, la lengua del III Reich¹.

Pese a las circunstancias en las que fue redactado, este libro no esconde ningún exceso de patetismo. Klemperer se consideraba un representante de la verdadera Alemania, de una Alemania en la que el nazismo no sería más que un disfraz temporal, y este distanciamiento le permitió desarrollar, casi con calma, un trabajo científico en medio de las persecuciones. «El efecto más potente [de la propaganda nazi]», señala, «no lo conseguían ni los discursos aislados, ni los artículos, ni las octavillas, ni los carteles, ni las banderas, no lo conseguía nada que se captase mediante el pensamiento o el sentimiento conscientes. El nazismo se introducía más bien en la carne y en la sangre de las masas a través de palabras

¹ En castellano, *LTI. La lengua del Tercer Reich. Apuntes de un filólogo*, Barcelona, Minúscula, 2001.

aisladas, de expresiones, de formas sintácticas que imponía repitiéndolas millones de veces y que eran adoptadas de forma mecánica e inconsciente». Según Klemperer, aunque el III Reich apenas forja unas pocas palabras, «altera su valor y su frecuencia [...], pone el lenguaje al servicio de su terrorífico sistema y hace del lenguaje su medio de propaganda más potente, más público y secreto a la vez»².

A otro tiempo, otra lengua; pero también ésta adoptada «de forma mecánica e inconsciente»: la lengua de la V República Francesa, que llamaré *Lingua Quintae Republicae* (LQR) en homenaje a Klemperer. Apareció a lo largo de la década de 1960, durante la brutal modernización del capitalismo francés tradicional que fuera el galo-pompidouismo. Sus «palabras aisladas, sus expresiones, sus formas sintácticas», repetidas incesantemente por la única cadena de televisión, la radio y los periódicos –conjunto al que en Francia todavía no llamábamos *los medios*, plural latino poco empleado por entonces y ante el que preferíamos *media*–, transformaron en profundidad una lengua pública de un arcaísmo hoy sorprendente, mezcla de una retórica heredada de la III República y del estilo heroico de la Resistencia. Sin embargo, la LQR ha tenido que esperar treinta años para alcanzar su pleno desarrollo y convertirse, a lo largo de la década de 1990, en el idioma del neoliberalismo, el último de los avatares del capitalismo hasta la fecha³.

² *Ibid.*, p. 31.

³ «Neoliberalismo» es un término polisémico. En su curso de 1978, Michel Foucault lo aplicaba a la política económica que Alemania emprende tras 1945 y a la reacción estadounidense contra el New Deal algo posterior (*Naissance de la biopolitique. Cours au Collège de France, 1978-1979*, París, Hautes Études-

Como no soy lingüista ni filólogo, no he intentado emprender un estudio científico de la LQR en su forma del siglo XXI. Sin embargo, el trabajo de editor me había introducido en el reino de las palabras por la puerta de atrás y así, fui distinguiendo, en lo leído y oído en un sitio y otro, ciertas expresiones significativas de la lengua pública actual. Resultaba tentador hacer un léxico con ellas, pero el carácter heteróclito del material y mis propias lagunas me hicieron abandonar el proyecto. En su defecto, y siguiendo un enfoque que se debe en gran parte a la asociación de ideas, he clasificado esas palabras, esos giros, esos procedimientos en función de su uso en la propaganda mediática, política y económica actual. Evidentemente, el término propaganda evoca el recuerdo del «excelente» doctor Goebbels, que se encargó de dirigirla bajo el III Reich, y podría alegarse que este paralelo implícito resulta un tanto aventurado. Es cierto que la LTI, obra de los servicios dirigidos por Goebbels, estaba firmemente controlada por los órganos de seguridad nazis, mientras que la LQR evoluciona bajo una especie de darwinismo semántico: las palabras y las fórmulas más eficaces proliferan y ocupan el lugar de los enunciados «menos eficientes»⁴. La lengua del III Reich expresaba de la forma más

Gallimard-Seuil, 2004; trad. cast.: «Nacimiento de la biopolítica», en *Estética, ética y hermenéutica*, Barcelona, Paidós, 1999). Pese a ello, bajo neoliberalismo normalmente se designa la versión actual del capitalismo, que se caracteriza por la desregulación de los mercados financieros y la libertad de movimientos de los capitales, y que ofrece mayores garantías de rentabilidad del capital mediante la especulación que mediante la inversión industrial.

⁴ «Eficiente» es una palabra LQR tipo. Por ejemplo: hoy en día, la tecnología franco-británica de lucha contra los inmigrantes sin papeles recurre a «la detección electrónica en los camiones para localizar las emanaciones de gas

«vulgar» posible el racismo más salvaje⁵; la LQR se esfuerza en dar un barniz de respetabilidad al racismo ordinario. La LTI aspiraba a galvanizar, a fanatizar; la LQR se empeña en asegurar la apatía, en predicar el multi-todo-lo-que-quieras siempre que el orden liberal no sea amenazado. Es un arma posmoderna, bien adaptada a las condiciones «democráticas» en las que ya no es cuestión de ganar la guerra civil sino de escamotear el conflicto, de hacerlo invisible e inaudible. Y como un prestidigitador que terminara su número desapareciendo bajo su propio sombrero, la LQR consigue extenderse sin que nadie, o prácticamente nadie, parezca darse cuenta de sus avances –sin tan siquiera hablar de denunciarlos–. Lo que aquí sigue es una tentativa de identificar y descifrar esta nueva versión de la banalidad del mal.

La LQR no es obra de una decisión tomada en las altas esferas, ni tampoco el resultado de un complot. Es, al mismo tiempo, emanación e instrumento del neoliberalismo. Con mayor precisión, deriva de la influencia, creciente desde la década de 1960, de dos grupos hoy omnipresentes entre «los responsables» de la constelación liberal: los economistas y los publicistas.

carbónico procedentes de la respiración y, muy recientemente, también se ha instalado el *heart beat detector*, “más eficiente”, que permite detectar los latidos del corazón» (*Le Figaro*, 16 de noviembre de 2004. Las comillas son nuestras).

⁵ Joseph Goebbels, en *Kampf um Berlin*, Munich, Eher Verlag, 1932: «Hablamos la lengua del pueblo [...] hay que utilizar su lenguaje, hablar su propia lengua» (citado por Jean-Pierre Faye en *Le langage meurtrier*, París, Hermann, 1996).

Recuerdo a Giscard d'Estaing, joven ministro de Hacienda de Pompidou y genio autoproclamado de la economía, en la televisión, explicando diferentes «problemas» sobre una pizarra. Sus entonaciones aristocráticas de la región de Auvernia han hecho mucho por la difusión de la palabra *problème* –que él pronunciaba *problaîme*–. Antes se hablaba más bien de «cuestión» (la cuestión de Oriente, la cuestión social...). Evidentemente, no era una sustitución inocente. Ante una cuestión, las «respuestas» posibles son a menudo múltiples y contradictorias, mientras que un problema, sobre todo cuando se plantea numéricamente, en general sólo admite una «solución» y sólo una. La demostración, siempre presentada como objetiva, obedece a reglas determinadas por especialistas. Por tanto, pasar de la cuestión al problema significaba abrir la puerta de par en par a los «expertos», que desde entonces no han dejado de proliferar, en Francia, en la Europa de Bruselas y en el mundo entero. Los asuntos de la colectividad «se segmentan» en series de problemas técnicos. Para cada uno de ellos, los especialistas determinarán una solución «óptima» que, evidentemente, será adoptada, a veces tras un debate que guarde las formas, ya sea parlamentario o de cualquier otro tipo. Si los expertos estiman que los «condicionantes externos» –importante expresión de la LQR, a la vez vaga e imperiosa–, se oponen a tal opción, no queda más que inclinarse. Este papel dominante tiene su traducción semántica bajo la forma de un anglicismo rastrero: la sustitución de la vieja y querida «experiencia», la de Kant y Lavoisier, por el *expertise* [o el *expertising*]. Así, nos enteramos de que las «comisiones de especialistas» de la escuela de periodismo de Sciences-Po [la muy elitista Fundación Nacional de Ciencias Políticas] han

nombrado profesores asociados a personalidades mediáticas que «compartirán sus *expertises* con los estudiantes a partir del segundo semestre [de 2004]», nos informa la agencia AFP⁶.

La primacía del lenguaje económico se manifiesta a menudo en claras elecciones mediáticas. Así, cuando el director de *Le Monde* quiere explicar por qué ha despedido al redactor jefe y por qué se dispone a remodelar todo el equipo, no es en su propio periódico donde decide hacerlo. Las razones «reales» quedan expuestas en una entrevista concedida al suplemento «*Économie*» de *Le Figaro* (23 de diciembre de 2004) y titulada: «Queremos erigir sinergias con Lagardère⁷». En esta entrevista, ni una palabra sobre el contenido del

⁶ Entre dichas personalidades se encontraban Nicolas Beytout, redactor jefe de *Le Figaro*; Hervé Brusini, director adjunto de información de France 3; Alain Genestar, redactor jefe de *Paris Match*; Étienne Mougeotte, vicepresidente de TFI.

⁷ *N. d. T.*: En la actualidad, este grupo empresarial está dirigido por Arnaud Lagardère, «heredero de una inmensa fortuna, vendedor de cañones, propietario de un imperio de prensa» (*Le Plan B*, julio-septiembre 2006). Hace apenas unos años, las exequias del fundador del grupo, Jean-Luc Lagardère, movilizaron una impresionante camarilla: «El presidente de la República, retenido por el estallido de la guerra de Irak, no pudo acudir a la ceremonia, pero aun así, además del primer ministro actual y de cinco antiguos primeros ministro, y además de los ministros de Asuntos Exteriores, de Interior, de Defensa, de Educación, de Hacienda y de Cultura, asistieron a las exequias la mitad de los patrones del CAC 40 [índice de referencia de la bolsa francesa] y del Medef [el sindicato patronal]» (Serge Halimi, *Les nouveaux chiens de garde*, ed. revisada y ampliada, París, Raisons d'Agir, 2005, p. 58). El grupo Lagardère se erigió en torno a la empresa Matra, dedicada principalmente a la aeronáutica y al armamento, y hoy engloba, entre otros, el inmenso grupo editorial Hachette (el primero de Francia) y una considerable participación en el consorcio europeo EADS (que fabrica los aviones Airbus, el Eurofighter, el cohete Ariane, varios misiles y satélites...).

periódico: poco cambiaría de tratarse de comida para animales. Tan sólo se habla de «reestructuración» (=despidos), de «refinanciación» (=entrada de Lagardère en el capital), de «avance histórico» (=pérdida de independencia), de «posicionamiento», de «estrategia». Es una página lisa, casi anodina. El resentimiento, la incertidumbre ante el futuro sólo se esbozan entre líneas. La LQR: una cortina semántica que permite que el motor funcione sin desvelar jamás sus engranajes, «el medio de propaganda más potente, más público y secreto a la vez», como decía Klemperer.

La contribución de los publicistas a la LQR es diferente: es, ante todo, sintáctica. A ellos debemos las frases-impacto sin verbo en la portada de los periódicos. El 28 de agosto de 2004, el respetable *Le Figaro* titulaba: «Irak: la confesión de Bush». Sin lugar a dudas, en otros tiempos este titular hubiera sido algo como: «El presidente Bush admite el fracaso de sus previsiones para Irak». Con o sin verbo, las frases chocan unas con otras, yuxtapuestas sin estructura lógica, sin esos «luego», «en efecto», «pues» y demás conjunciones que las agencias de publicidad vienen eliminado desde hace tiempo⁸.

Otro síntoma de la influencia publicitaria es la inflación de la hipérbole, en especial dentro de ese fértil subconjunto de la

⁸ Por ejemplo: «En esta negociación BNP Paribas ha servido de as bajo la manga. Para evitar que el Crédit Mutuel se hiciera con Cofinoga. BNP, socio histórico de Galeries, ya poseía el 49% de Cofinoga y posee además Cetelem. Lo que dificultaba, por motivos de competencia, una fusión entre las dos entidades. Una garantía de tranquilidad para Cofinoga» (*Le Journal du dimanche*, 15 de mayo de 2005).