

EL TOPICO, FENOMENO SOCIOLOGICO

Si el t6pico ha sido estudiado como fen6meno literario en diversas ocasiones y por diversos autores, sin embargo en cuanto fen6meno social no tiene a6n un estudio monogr6fico proporcionado a la singular importancia del tema. Tenemos consciencia cr6tica de la considerable cantidad de t6picos vigentes en nuestra 6poca, tenemos incluso consciencia cr6tica de la presencia e influencia de los m6s actuales y presionantes; pero carecemos de una base cient6fica en la que articular el t6pico en cuanto realidad social. Ahora bien, la necesidad de tal perspectiva epistemol6gica es necesaria no s6lo por un inter6s exclusivamente met6dico, sino porque el estudio general del t6pico y el particular de los t6picos en un 6rea hist6rico-cultural determinada es, a nuestro juicio, punto de partida imprescindible para la investigaci6n de la sociolog6a de la cultura y del conocimiento. Admitido esto que parece de suyo evidente, es menester comenzar por delimitar los conceptos y definir en la medida de lo posible los distintos contenidos. La delimitaci6n de los conceptos es necesaria y previa a cualquier an6lisis, entre otras razones, porque las expresiones «lugar com6n», «t6pico», «f6rmula», «frase hecha», «clich6», «slogan» se suelen utilizar indistintamente.

Sin embargo, cada uno de ellos parece que responde a un contenido diferente por lo menos en el matiz y, por consecuencia, es menester determinar tales diferencias para contar con un instrumental terminol6gico adecuado.

Partiremos del lugar com6n para delimitar los conceptos desde los de mayor extensi6n a los de menor. «Lugar com6n» es expresi6n que tiene abolengo en filosof6a y teolog6a, pero ninguno de los dos sirven para precisar lo que sociol6gicamente sea. Entendemos por lugar com6n «la opini6n admitida por todos como indiscutiblemente

te válida, dentro de una determinada situación históricosociológica-cultural, para desde ella formular juicios y adoptar actitudes». Corresponde el lugar común en el ámbito de lo sociológico a lo que el pensamiento proológico en el ámbito de lo antropológico-etnográfico y a lo que el prejuicio en el ámbito de lo psicológico. Del mismo modo que no es posible pensar sin unos ciertos elementos prejudiciales de carácter emocional y de la misma manera que en el ámbito antropológico las costumbres y los usos predeterminan el pensamiento racionante, del mismo modo en el ámbito sociológico hay unas ciertas realidades comunitarias de las que inconscientemente partimos cuando de una manera u otra opinamos. El lugar común es por consiguiente el pre-juicio social. El hecho de que se llamen lugares comunes, expresión vinculada a la lógica formal —*de locis communis*—, ya indica que son el sitio en el que se insertan y descansan los supuestos de todo pensar, en cuanto el pensar es «opinión». En la medida en que el pensamiento es un bien común, el pensamiento es lugar común. Estos lugares comunes sociales son escasos, pero fundamentales; aún no se ha hecho, aunque urge hacerlo, una relación por épocas de los lugares comunes vigentes en cada momento. El problema no es fácil de resolver por varias razones, la principal de ellas porque la falta de una experiencia epistemológica del lugar común nos priva de facilidad para su selección y determinación. Preguntemos, por ejemplo, cuáles son los lugares comunes de la cultura occidental actual. Apenas si podemos encontrar unos cuantos. Sabemos que uno de ellos es la existencia. «Existencia» es hoy un punto de partida comunitario. Podemos hablar de «crisis», hoy otro lugar común; podemos citar la «descristianización», hoy otro lugar común. Estos lugares comunes son puntos de vista inexcusables, de los que no se puede prescindir en cuanto, en efecto, la opinión común cree que estamos en crisis, que hay una profunda descristianización y que no importan las esencias, sino la existencia.

Pero no conviene confundir lugar común con verdad común. El hecho de que los lugares comunes se correspondan a veces con la realidad social traspuesta al ámbito de la opinión, no quiere decir que el problema que plantean sea el problema de la verdad. El que sean o no sean verdad es una cuestión ajena a nuestro intento. Para nosotros lo son simplemente en cuanto existen como lugar común. También es hoy un lugar común que Occidente está en decadencia; la verdad de tal afirmación es dudosa, sin embargo

es un lugar común. Los lugares comunes caracterizanse por las notas generales del tóxico en cuanto tal. Tales notas las analizaremos en último lugar después de haber intentado la diferenciación de los distintos conceptos.

LA FRASE HECHA

El término *tópico* lo dejamos para definir el concepto básico del que son manifestaciones matizadas de diverso modo, los demás conceptos a los que habitualmente solemos llamar tópicos. Consideremos antes las expresiones que corresponden a modos particulares de la topicidad.

Entendemos por *frase hecha* «una opinión cargada de convencimiento en la que participa un conjunto amplio de personas y que se manifiesta convencionalmente por medio de expresiones ya consagradas para formular tal convencimiento».

La frase hecha se diferencia del lugar común en que no es un punto de partida histórico cultural y socialmente necesario. De la frase hecha y del convencimiento que expresa se puede prescindir. Es más, subsiste como tal convencimiento porque vive en una atmósfera acrítica en el seno de lo que pudiéramos llamar indiferencia ante los sobreentendidos. A las frases hechas corresponden afirmaciones como «Inglaterra, país de mercaderes», «Negro como el ala del cuervo» y otras muchas por todos empleadas.

A las frases hechas se vincula con especial vinculación un determinado sitio. La aguda observación de Karl Schmitt se hace aquí patente (1). En la mayoría de los casos la frase hecha corresponde a una situación cuya situación tiene un sitio. La «luminosa bóveda del cielo», «dos cadáveres hacinados *en informe montón*», «de miró fijamente a los ojos», «casióle con fuerza por la solapa», son frases hechas que definen perfecta y tradicionalmente una situación y, en algunos casos, un lugar. Esto permitiría, como el propio Karl Schmitt ha insinuado, una clasificación de los tópicos por su sede, es decir, una logotopía que aún está esperando quien la haga.

(1) V. *Der Nomos der Erde*, pág. 20, nota 1.

EL «SLOGAN»

La palabra está ya universalmente admitida para designar una peculiar clase de tópicos. «El *slogan* es una frase hecha que expresa con la mayor fidelidad la importancia vital de un sentimiento común.» Desde este punto de vista, el *slogan* es la expresión mejor para una situación emocional comunitaria, vivida con particular intensidad. Durante la guerra ha sido un buen *slogan*: «luchamos por las libertades democráticas». Otro: «combatimos por forjar un mundo mejor»; en la guerra española fué un *slogan* de eficacia en el campo llamado rojo: «luchamos contra la dominación extranjera». De lo dicho se induce que en el *slogan* hay una cierta transitoriedad. Desde cierto punto de vista, es el tópico necesariamente efímero. Resulta característico del *slogan* que se produzca, por así decirlo, cerebralmente. Es un tópico dirigido que se utiliza como instrumento de presión sobre la masa. Resulta curioso en este aspecto estudiar cómo el reclamo, la frase publicitaria, cuando es realmente aceptada, se convierte en *slogan*. Es más, la aspiración máxima sociológica de un buen reclamo es convertirse durante cierto tiempo en un buen *slogan*.

EL CLICHÉ

Es concepto que sólo por sutiles matices se diferencia de algunos otros que hemos analizado. Admitamos, con el mismo carácter de generalidad e impersonalidad que hemos de atribuir a la fórmula, que cliché «es la solución formularia que la opinión considera imprescindible para determinados temas y que se repite con la pretensión de ser original». Es característico del cliché aparecer con la pretensión de no serlo; ahora bien, en cuanto encierra esta pretensión acusa una cierta consciencia crítica frente a lo tópico. De todos los tópicos es el que está en aquella línea, traspuesta la cual dejaría de serlo. Si la consciencia crítica apuntada en el cliché no es suficiente para destruir la topicidad, sí delata, sin embargo, que es menester un cierto grado de cultura por parte de quien lo emplea. Un ejemplo aclarará lo anterior. Si digo que «Grecia se mueve de lo dionisiaco a lo apolíneo» y que «hay en el mundo de la cul-

tura griega una continua tensión entre estos dos supuestos», utilizo un cliché en cuanto es una solución formularia consagrada por la opinión, que puede emplearse de mil maneras distintas para decir lo mismo, aunque disimulándolo. Puedo decir que lo telúrico y lo cósmico son los dos aspectos fundamentales de la vida y la cultura griega, y empleo sin duda una versión distinta del mismo cliché. De este divulgado negativo pueden sacarse miles de copias, aunque con la particularidad especial de no ser formalmente iguales. Un cliché es: «la cultura sigue el camino del sol trasladándose de Oriente a Occidente.» En el fondo, un 70 por 100 del bagaje intelectual contemporáneo, particularmente el español, se compone de meros clichés.

Quizá sea el análisis introspectivo lo único que permita distinguir en algunos casos este tópico del lugar común, ya que de ordinario acompaña al cliché un cierto e insoslayable sentimiento de vergüenza, del cual más adelante diremos algo.

LA FÓRMULA

Podemos admitir, ya que no es posible en estos casos llegar a una definición agotadora, que fórmula es «el recurso verbal consagrado por la opinión para substituir la vacuidad». Por esta razón el contenido social de la fórmula tiende a agotarse en la fórmula misma. Si empezamos un relato y no poseemos nada concreto y original que sirva de inicio al comienzo, podemos echar mano de una fórmula y decir: «Corría el año de 1880 cuando en la Villa y Corte de...» o aquello otro de «desde la más remota antigüedad». Esto es una fórmula que ha llenado un hueco de la misma manera que en la vida cotidiana el «hace un excelente día» o «parece que el tiempo tiende a empeorar», llenan también un vacío. El vacío que las fórmulas llenan puede ser psicológico, puede ser intelectual, puede ser social; pero en todo caso preexiste ya una consagración por la opinión común para que en cierto ámbito social, en el ámbito de la publicidad en la convivencia, el vacío se cubra y en apariencia llene por la aplicación de una fórmula.

Hay, no obstante, en el seno de la fórmula una paradoja. Por un lado es el resultado de la opinión frente a cierta vacuidad; pero, por otra, denuncia que la opinión misma está, además, vacía; es decir, que recurre a la fórmula para compensar su propio estado

de incapacidad y vacío de manera que si es cobertura de lo vacío también es la opinión en cuanto vacuidad. Hay, por último, que distinguir la fórmula de la expresión ritual. «¿Usted gusta?», «Ha tomado usted posesión de su casa», «Servidor de usted» son expresiones rituales; en otras palabras: usos sociales lingüísticamente expresados. Cuando la fórmula se convierte en uso social se transforma en rito.

LA OPINIÓN Y EL TÓPICO

Hemos dado la opinión como ingrediente necesario en las definiciones con que hemos procurado confinar los conceptos de fórmula, el *slogan*, la frase hecha. En efecto, todo tópico es con mayor o menor vigor expresión del sentir común e impersonalizado respecto de determinados temas o problemas. La opinión testimonia el *mínimum* de coincidencia irreflexiva de todos los que componen una determinada comunidad respecto de la consideración de algo. Este *mínimo* de coincidencia es simultáneamente coincidencia psicológica, coincidencia sociológica y coincidencia intelectual. Desde el punto de vista psicológico, la fórmula castellana de «mi sentir es», o «es el sentir de todos», que se emplea para indicar la opinión acentuando el matiz emocional, indica cómo existe en cada uno de los que participan de una determinada opinión un estado de conciencia semejante. Lo difícil es definir en qué consiste tal estado de conciencia. Quien dice un *tópico* expresa por sí mismo una opinión en la que participan todos, pero lo hace con mayor o menor carga afectiva personal; pues bien, en la medida en que la carga afectiva es mayor, la opinión en cuanto tal tiende a desvalorizarse, a destruirse. Si yo digo, por ejemplo, con profunda ira o desolación que «la vida no merece la pena vivirse», la frase hecha tiende a dejar de ser expresión de la opinión, y cargándose de peculiares matices que se refieren a una situación existencial concreta, disuelve lo que hay de comunitario desde el punto de vista psicológico. A medida que la carga afectiva disminuye, la impersonalidad característica de la opinión crece, hasta llegar a un cierto límite, pasado el cual se inicia el mundo del humor y sátira. Si yo no pongo un *mínimum* de carga afectiva conforme con lo que digo en la expresión: «esta vida no merece la pena vivirse», ya no manifiesto la opinión, sino la ridiculizo. Resulta, se-

gún esto, que psicológicamente la opinión se formula en una zona cuyos vagos límites se mueven desde un «más» incoomensurable de afectividad a un «menos» inconmensurable de afectividad. El estado de conciencia que acompaña a la opinión contiene ésta indeterminada aunque precisa carga afectiva. Por consiguiente, tales estados de conciencia son el modo más impersonal de expresar personalmente el contenido de lo que se dice. Un análisis pormenorizado de semejante estado de conciencia vendría a demostrar cómo es producto de la habituación, de la tendencia a aceptar sin crítica ciertas soluciones formularias, y sobre todo de la presión de lo colectivo sobre el individuo. Propiamente son estados de conciencia cuyo equilibrio apenas si es estable. Un choque por leve que sea rompe la estabilidad afectiva del estado de conciencia que acompaña a la expresión de la opinión. Una masa enardecida, gritando «¡Viva!», apenas expresa opinión, sino pura y simplemente emoción. De aquí se induce que la opinión en cuanto tal ha de manifestarse en la calma. Por lo menos en la calma profunda, aunque la apariencia sea de excitación. En una polémica sobre política, sobre economía o sobre la efectividad de la bomba atómica se pueden emplear muchos tópicos, porque el estado de conciencia profunda que acompaña a este tipo de discusión es sereno hasta que lo puramente personal entre en juego, en cuyo caso el índice de topicidad descende, destruyéndose sucesivamente las fórmulas, después las frases hechas, después el *slogan*, más tarde el *cliché* y, por último, los lugares comunes. Piénsese en dos intelectuales que llegan casi a la riña y que, sin embargo, siguen empleando sus clichés en tanto que polemizan. En este sentido es notable que en las estructuras políticas rígidas se procure consciente o inconscientemente mantener la serenidad social, que fomenta la vigencia del tópico. En un país en el que apenas ocurra nada de importancia superior a lo más habitual y común, y en el que los ciudadanos estén adormecidos por el sosiego de las noticias de importancia estrictamente local, el tópico encuentra el clima más propicio.

A la opinión la hace la opinión, aunque se pueda contribuir a conformarla o alterarla. Es un extraño ser que vive autocontinuándose en la reproducción y en el cambio. El hecho de que a la opinión la encontremos siempre dada denuncia cómo hemos de contar en todo caso con ella; la opinión se presenta, por consiguiente, como una realidad prejudicial, que contiene ingredientes

prejudiciales. Los prejuicios psicológicos ya los hemos visto desde cierto ángulo. Los presupuestos sociológicos se refieren a la clase, la situación familiar, la cultural; todos ellos en cuanto coinciden con una cierta permanencia marcan el punto de partida desde el cual se definirán realidades, tomarán actitudes o decidirán situaciones. Una opinión sociológicamente muy firme puede llevarme a morir en un momento determinado, por creer que es una cuestión de honra. En todas las circunstancias en que la opinión ha llegado a tener consistencia social se ha expresado en forma tópica. Recuerdese aquello de «A Dios la vida y la honra, etc.».

Plantéase aquí el grave problema de averiguar hasta qué punto la impersonalidad sociológica de la opinión corresponde a un cierto impersonal estado de conciencia yuxtapuesto a un estrato más profundo, que resulta antagónico al primero. Si digo que «canta como los ángeles» o que «la carestía de la vida la está poniendo imposible», en la expresión de estos tópicos la conciencia profunda y la conciencia superficial no discrepan. Esto es lo que habitualmente ocurre cuando formulo frases hechas como «Mónaco es la metrópoli del juego» o «Atenas es la madre de las artes y de la civilización». Pero hay casos en que aun pronunciando el tópico con el necesario convencimiento, un estrato más profundo de la conciencia denuncia la artificialidad e inconsistencia de la opinión que se formula. Supongamos que una persona dice en un momento dado: «Todos los hombres somos hermanos y hemos de comportarnos como tales.» Evidentemente esto es una fórmula, pero detrás de la convicción que necesariamente se pone al decir el tópico como tópico, una capa más profunda de la conciencia, ¿no estará como denunciando la vacuidad de la fórmula? Con muchos tópicos ocurre esto. Hay lo que se podría llamar una falsa conciencia que cubre a la conciencia auténtica. Recordemos la fórmula: «No hay que apurarse. Dios ayudará.» Cuando se expresa realmente como fórmula, e incluso cuando va en función de frase hecha, lleva la convicción tópica, por así decirlo, necesaria; pero al mismo tiempo esa otra apenas incoada y soterrada convicción de que es mero decir o frase. No siempre ocurre, pero ocurre con frecuencia. Cuando se da tal situación la persona vive una tensión, que se pudiera calificar de trágica, entre lo superficial y lo profundo. En esta tragedia, que se desarrolla en las penumbras de lo consciente, el destino es la opinión. La fuerza rebelde, la voz que denuncia que la frase «Cada palo aguante su vela» es contraria a

cierta valoración del «otro» que el cristianismo impuso y que aún conserva cierta efectividad en Occidente. En otros casos la persona está enajenada, vendida o entregada a lo impersonal en el orden psicológico, en el orden sociológico, en el intelectual. Esta enajenación al tópico es en ocasiones tan intensa que se pueden recoger conversaciones construidas casi todas sobre fórmulas y frases hechas en las que la personalidad esté enajenada. Es más: hay ciertas vidas que transcurren en la pura enajenación del tópico. De aquí que romper o pulverizar estratos de conciencia superficiales, provocando la aparición de lo profundo, devolviendo a las personas una cierta autenticidad, resulte en muchos casos antisocial. La gravedad de la reacción provocada se mide tomando por unidad de medida el minimum de falsedad o enajenación que la sociedad en cuanto tal exige.

El elemento intelectual que aparece en la opinión como elemento indispensable es lo «sobreentendido». Si digo, por ejemplo, que «hace falta una crítica constructiva», empleo un tópico con la certidumbre de que a la indispensable vacuidad de lo dicho sustituye en cierta medida un acuerdo profundo, cuyo acuerdo viene a recaer sobre un cierto supuesto que no aparece en la frase y, sin embargo, la sostiene. El sobreentendido puede consistir en la sabiduría de que la intención con que se ha pronunciado el tópico es precisamente la de afirmar algo que en el fondo no dice nada o que lo dice velado por lo equívoco o la tautología. Pero si digo que «vivimos el siglo del materialismo», es evidente que un conjunto de afirmaciones intelectuales presentes, con mayor o menor precisión dentro de la cobertura del tópico, le dan a éste su fuerza. Por otra parte, el elemento que se sobreentiende de la opinión es en cierta manera lo que constituye la opinión. Tal sobreentendido manifiéstase sobre todo como certidumbre intelectual. El juicio o los juicios explícitos en todo tópico se asientan sobre una cierta e ineludible afirmación, en la que todos participamos de manera más o menos imprecisa. Este sobreentender, que apenas trasparece, hace posible en cierta manera el entendimiento de los unos con los otros. Una sociedad sin el minimum de coincidencia intelectual que implica el sobreentendido no es concebible. Los sobreentendidos constituyen el imprescindible prejuicio intelectual. Ahora bien, desde Grecia suele admitirse que la opinión se identifica con la apariencia y no con lo auténtico y profundo, y la opinión en cuanto apariencia es la apariencia del sobreentendimiento. Se

da con relación a esto un singular conjunto de aparentes contradicciones. En el cliché, por ejemplo, en el que la actividad crítica es mucho mayor, ocurre, sin embargo, que el sobreentendido también es mayor. Hay que tener en cuenta para explicarse esto que lo que hay de crítico en el cliché no sale del ámbito de lo aparente. Si digo que «la vida humana no puede concebirse sino en función de unos ideales», estoy, desde luego, expresando un cliché. Con tal cliché pretendo exponer una idea personal. Pero esto es pura pretensión. Simulo o pretendo simular discrepancia de la opinión, pero en el fondo hay más opinión aquí que en una frase hecha. Es indiscutible que la pretensión incluida en el cliché exige una acción intelectual superior a la que se da en otros tópicos, pero no por eso sale del área de la topicidad. Concluyendo podemos definir al tópico con la generalidad que habíamos enunciado, diciendo que «es la expresión que propende a ser ritual de la opinión en cuanto sobreentendido».

PARA UNA CLASIFICACIÓN DE LOS TÓPICOS

En términos generales podríamos agrupar los tópicos con arreglo a una clasificación vertical y otra horizontal. Según la primera los tópicos se agruparían en estratos correspondientes a las distintas clases sociales, y aún más: a distintos grupos que mantuvieran entre sí una distancia social calificada por la condición de superioridad o inferioridad en la posesión y ejercicio del poder social. Habría según esto tópicos de clase ociosa, tópicos de la burguesía trabajadora, tópicos de la clase media, tópicos del proletariado. Aún podríamos distinguir los tópicos de los grupos que ejercen la máxima presión política, de los que ejercen la máxima presión económica y los de aquellos que simplemente las soportan, etc. Para estructurar de esta manera los tópicos es menester contar de antemano con una clasificación vertical de la sociedad. La más común, la que sigue el criterio de «clase», se puede aceptar sin inconveniente como esquema de referencia para una división de los tópicos.

No interesa tanto el esquema de clasificación que hemos admitido sin crítica como los problemas que plantea la clasificación misma. ¿Qué relación hay entre tópico y clase ociosa? ¿Cuál es la

que existe entre tópico y clase media? ¿Cuál entre tópico y proletariado?

Para simplificar, y por razones más profundas que luego se pondrán en claro, admitimos como clasificación vertical por clases la que resulta de aplicar el concepto de ocio como módulo de distinción. Desde este punto de vista existe en la vida occidental una clase constituida por aquellos que poseen la técnica del disfrute del ocio, de manera que éste se convierta en un bien no sólo codiciable, sino definidor de la actividad de la propia clase. La clase ociosa que sabe disponer y disfrutar del ocio es la constructora de arquitecturas en las que el ocio se hace «edificación»; la que matiza el instante de cada día con arreglo a una ocupación trivial innecesaria y desde luego improductiva, pero que convierte al ocio en delicadeza, matiz y preocupación. En torno a esta clase, que posee un profundo sentido trivial de la ociosidad, se mueve un mundo de parásitos de lo ocioso. Desde los ilustradores de las revistas de «alta costura» hasta el peluquero de perros. La clase que posee y estructura el ocio con tanta perfección ha de tener una especial vivencia del tiempo e incluso una especial vivencia del espacio. Es la clase que ama la altura, la vista panorámica, la luz y las plantas que se extienden ampliamente en las tres dimensiones. La clase ociosa, la que está con mayor hondura vinculada a lo decorativo, ofrece una especial relación con los tópicos, relación que quizá sorprenda, pero que, a mi juicio, es exacta. La clase ociosa resulta relativamente impermeable a la topicidad.

Para matizar con cuidado no debemos emplear la palabra tópico en general, sino precisar la relación de los grupos ociosos con los diversos tópicos. Desde este punto de vista esta clase es al cliché y al *slogan* prácticamente impermeable. A juzgar por lo que podemos inducir, mejor diríamos intuir, la seguridad de la posesión de las formas más delicadas de vida y de las maneras más cuidadas de convivencia dejan indiferente la clase ociosa propiamente dicha del *slogan*. El *slogan* seduce porque concentra una exaltación emocional unánime. Los grupos ociosos tienen sus emociones de tal modo fraccionadas y de tal modo controladas por la misma necesidad de llenar el ocio que no pueden hacerse comunitarias. En el seno de la clase ociosa la emoción no es nunca referible a un sujeto común y abstracto. Así, queda el *slogan* reducido a clases situadas en un nivel social inferior.

Con el cliché ocurre algo semejante, aunque por razones dis-

tintas. El cliché denota una cierta preocupación intelectual. Significa el afán, aunque sea simple y accesorio, de alterar los tópicos culturales consagrados. Los grupos ociosos no tienen ni deben tener esta preocupación, ya que llenar el ocio con la preocupación intelectual sería exactamente perderle como tal ocio. Es más o menos lo que ocurrió entre los griegos. La clase ociosa ateniense en cuanto se convirtió en clase intelectual dejó paulatinamente de ser ociosa. Sólo vivió la plenitud del ocio la juventud, ocupada especialmente en los ejercicios gimnásticos, en el amor, en los vinos y en la retórica como medio para destruir el tiempo. El exceso de preocupación intelectual incorporado por Sócrates a la vida ateniense inició la rápida destrucción del bien público que para los griegos constituía el ocio. Particularmente Aristóteles desconoce lo que es el ocio en cuanto tal, ya que lo considera la condición necesaria para un quehacer superior.

Por lo que se refiere al lugar común la clase ociosa apenas tiene conciencia de él. Está en ellos en la medida imprescindible, pero no los conoce, puesto que apenas opina. Téngase en cuenta que la clase ociosa es comúnmente clase sin opinión y que en la medida en que posee opinión, es decir, en la medida en que defiende sus intereses sociales y se hace monárquica o autocrática, etc., va dejando de ser ociosa. Por el contrario, esta clase ociosa, en la escasísima proporción en que hoy existe, está fuertemente vinculada a la fórmula y a la frase hecha. La mayor parte de sus modos de convivencia se resuelve en fórmulas más o menos puras, y en otras ocasiones en frases elaboradas inalterables, pero que conservan en el seno de estos grupos una extraña lozanía. «Está usted cada día más hermosa.» «¡Con qué distinción se sientan los orientales!» Las frases hechas: «Nada hay como el amor de una madre por su hijo», y otras semejantes, constituyen el repertorio habitual, que unido a las fórmulas: «Nada más grato que una velada entre amigos», «Es sorprendente cómo pasa el tiempo» y «Sólo hay que esperar para que la semilla fructifique», delatan de qué manera el ocio se corresponde a una cierta falta de opinión y a la topicidad intelectual y psicológica recogida en fórmulas.

Suscítase aquí el problema dinámico, es decir, ¿cómo y en qué cantidad crea fórmulas y frases hechas la clase ociosa? Lo cierto es que no las crea. Simplemente las califica, seleccionando generalmente del mundo de la literatura las expresiones que se avienen mejor con su peculiar talante. La índole de la frase y el talante de

la gente se buscan. Esta calificación o selección de fórmulas y frases es un singular fenómeno que habría que estudiar con documentos vivos, recogiendo conversaciones para clasificarlas por períodos de tiempo y estudiar estadísticamente la muerte y aparición de fórmulas y frases.

La observación de Schmitt de que el tópico, además de serlo en cuanto opinión, va vinculado a un cierto lugar, en otras palabras, que tiene una proyección locativa, plantea la cuestión de si en las frases hechas y en las fórmulas de la clase ociosa no habría una pretensión de altura, un apuntar hacia lo alto.

La burguesía trabajadora y emprendedora que no ha sabido hacer del ocio el objeto exclusivo de su ocupación es la clase más rica en posibilidades para el tópico. Prácticamente no desdeña ninguno y utiliza todos. Salvo el *slogan*, del cual suele ser la creadora. Emplea fórmulas, frases hechas, clichés, entre otras razones porque en el seno de esta burguesía emprendedora suele haber de todo: intelectuales, lectores caprichosos de libros de divulgación, gente que simultanea intensamente la vida social con la del trabajo, y este hecho permeabiliza a tal clase para recibir y acoger casi todas las formas tópicas, desde «Tiene la sonrisa de Monna Lisa» hasta «Es fuerte como un Hércules», pasando por «No es cierto que sean felices los pueblos que no tienen historia», sin olvidarse de que «La ambición corrompe a los hombres tanto como a los pueblos». Queda dicho con esto que es la clase instalada en la topicidad y la que más opinión crea. En la burguesía emprendedora hay que incluir desde el banquero activo hasta el negociante medio con inspiración y audacia, lo que contribuirá a explicar por qué caracteriza a este estrato social una profunda e invencible aversión al ocio. El burgués típico odia el ocio; de aquí que procure taparlo, convirtiéndolo en quehacer redituario. Los modos tradicionales que la burguesía moderna empleó para disfrutar del ocio fueron siempre distracciones provechosas. En el fondo de todas estas actividades escóndese una inconfesable aversión a la ociosidad pura, por lo que el hecho de que la burguesía haya sido un ingrediente esencial de cultura europea acredita hasta qué punto desde Grecia ha sido Europa antagónica al ocio puro.

Quizá nada mejor que la tertulia para estudiar el proceso de aparición, desarrollo, continuidad e incluso desaparición de los tópicos. Sobre todo la tertulia decimonónica, especialmente vinculada a la clase media burguesa, es el fenómeno social en que el

tópico tiene su sede genérica. Tópico y tertulia son realidades sociológicamente inseparables. Ahora bien, acogiéndonos de nuevo a la observación de Carl Schmitt, es menester colocar el tópico de la tertulia en el «sitio» propio de este tipo de reuniones, es decir, el café. Tertulia de café y tópico constituyen la peculiaridad que hemos atribuido a la burguesía de ser la mejor y más sincera creadora, llevadora y estimuladora de los tópicos.

La esencia de una tertulia hay que buscarla en la expresión singularmente española de «matar el tiempo». Matar al tiempo es negarse al ocio, no comprenderlo. Cuando se carece de la capacidad psicológica y social necesaria para estructurar el ocio en quehacer sin que deje de serlo se procura acabar con el tiempo, destruirlo para que no ofrezca a la contemplación del ocioso incapaz de ociosidad el rostro aterrador de lo sin sentido e invariable en el cambio. Para el burgués es insufrible la vivencia del tiempo como puro vacío, lo que pudiéramos llamar desnudez del tiempo, expresándose en una reiteración siempre igual e indefinida, molesta para quienes no disponen de la facultad de vivir el ocio. En Castilla las clases superiores no supieron vivirlo, construyéndolo sin destruirlo, lo que bien pudiera ser una perspectiva especial para ver la consustancialidad del barroco con lo andaluz. En cuanto a las clases populares es inexacto el tópico corriente del llamado estoicismo del campesino castellano, que puede ver sin inmutarse y sin intentar ocultarlo el puro transcurrir del tiempo objetivo. La clase media tampoco dispone de esta facultad, y por eso cuando la clase media maduró en España la tertulia adquirió un peculiar carácter. De los tertulianos, clérigos y literatos que desde el balconcillo del teatro llamado «tertulia» asistían discretamente a la representación hasta las tertulias del siglo XIX, media una distancia que sólo se puede medir por la lejanía que separa una sociedad sin burguesía de otra sociedad con ella. De aquí también la abundancia de fórmulas y lugares comunes del barroco y la escasa cantidad de clichés y *slogans*.

Según esto en la tertulia se procura matar el tiempo, y, por consiguiente, destruir el ocio, dar a la conversación un carácter esforzado y en el fondo no trivial. Nada más lejos de ser cierto que la trivialidad que se suele atribuir a los tertuliantes y a las tertulias. Las tertulias están henchidas de importancia; todo lo que en ellas se dice, se dice como importante y se defiende en cuanto tal. Precisamente una de las características de las tertulias típicas españolas

es que en ellas no se charla, sino se discute. Se da casi siempre una actitud polémica, en la que el elemento principal no es lo agonal, sino la intención de acabar con el tiempo desde una cierta y siempre esforzada importancia. El burgués que asiste el domingo por la tarde a la tertulia va a decir las cosas importantes que no ha dicho durante la semana. Se olvida de la oficina, del comercio, de la familia y discute sobre la rivalidad de Oriente y Occidente, los graves problemas nacionales, la inflación, la corrupción administrativa, la asfixiante burocracia, el existencialismo y los descubrimientos de la técnica moderna que mecanizan al hombre y lo masifican. No hay duda de que todo esto tiene más importancia subjetivamente para el tertuliano que su tarea diaria, aunque su quehacer semanal resulte objetivamente de mayor apremio.

De tales tertulias la forma general, casi única de producirse es el tópico en su peculiar manera de cliché. Las fórmulas apenas se emplean, ya que en la polémica tertuliana no suele haber vacío. En cuanto se mata el tiempo se hace desaparecer su vacuidad. Matar el tiempo es repletarlo. Se emplean escasas frases hechas y escasísimos *slogans*, porque se tiene conciencia de su fácil hallazgo. Se menosprecian y critican tales modos tópicos de exponer la opinión. Lo importante es el cliché. En una tertulia de intelectuales medios se puede oír con suma facilidad que «Rusia es la expresión histórica de lo demoníaco». Esto es un cliché que impresiona y hace posible una polémica con visos de originalidad. En otra de literatos se dará con suma frecuencia el caso de oír: «Lo barroco es la curva, la ilustración la línea recta. Se manifiesta esto claramente comparando Góngora y Jovellanos.» Es un cliché que a un oído sensible le produce estremecimientos de horror, y, no obstante, los tertulianos discuten con pasión en torno a ello. En una reunión de los grupos auténticamente ociosos afirmaciones de este tipo producen una actitud defensiva y suspicaz. Se prefiere algún quehacer ligero, normalmente un juego, y la cobertura de fórmulas más o menos estilizadas; por ejemplo: «Es curioso que nadie aparente la edad que realmente tiene.»

Dentro de la valoración sociológica del cliché hay que conceder la mayor importancia al cliché arquetípico, el de los intelectuales repetidores de ideas que no pasan de ser pura opinión. Hoy vivimos una época riquísima en clichés. Tanto es así que su abundancia ha llevado al hombre medio al convencimiento de que «todo está dicho». Por otra parte, su misma reiteración los va haciendo

fácilmente descubribles, por lo que la importancia social del intelectual descende en proporción a la transparencia de sus tópicos.

Por lo que respecta a las capas sociales más humildes el tópico tiene una escasa vigencia en sus formas superiores, es decir, la fórmula y el cliché. La especial sensibilidad espiritual, tacto social, autocontrol y educación de las reacciones espontáneas que la fórmula exige, en tanto que vencedora de la vacuidad, no pueden darse en las capas económica y culturalmente peor dotadas. Cuando aparece el vacío social, que hay que llenar con una fórmula referente al tiempo, a la salud o a la belleza de un cuadro o de un paisaje, la persona de la clase inferior carece de ordinario de recursos y se resigna al silencio más o menos penoso o rompe la situación de manera abierta y antifórmula. Lo mismo ocurre con el cliché. El cliché exige un cierto grado, a veces un grado elevadísimo de preparación intelectual. El pueblo prefiere repetir lo que sabe o trasmutarlo en su contrario, arrastrado por simpatías o antipatías elementales, pero carece de la habilidad e incluso de los instrumentos necesarios para decir lo mismo con apariencia y pretensión de originalidad.

En resumen, el pueblo actúa desde el punto de vista de la topicidad con las frases hechas y el *slogan*. Por lo que se refiere al *slogan* no hay duda que encuentra la acogida más favorable en aquella gente que con menor capacidad crítica se deja arrastrar por la magia de la fonía de una frase redonda al mismo tiempo que por la expresión concisa y clara de lo que siente de manera vaga e imprecisa. De aquí la tendencia popular a hacer del *slogan* un mito, es decir, recubrirlo de ciertos elementos mágicos. De frases sacadas de las obras de Marx y Engels se han obtenido una multitud de *slogans*, más tarde mitificados. El *slogan* «Proletarios de todos los países, ¡uníos!» ha adquirido valores mágicos, tendiendo a convertirse en expresión ritual casi sacra. Desde un punto de vista psicológico se comprende que una colectividad cuyos ingredientes personales propenden a la unidad psicológica, por simplicidad, falta de reflexión y de espíritu crítico, ha de ser fácilmente impresionada por las frases que recojan esa unidad psicológica, ya que tales frases acaban por ser compartidas por todos y cada uno de los miembros de la colectividad con la espontaneidad máxima y casi íntegramente. La técnica comunista, y en general la técnica de la propaganda política moderna, se ha dado cuenta de esto, y en

lugar de seducir al pueblo desde la retórica intenta seducirlo desde el *slogan*.

La frase hecha es otra de las maneras tópicas de manifestarse el proletariado. Desde un punto de vista lingüístico la frase hecha tiene mayor riqueza y posibilidades que desde el punto de vista sociológico. Sociológicamente la frase hecha expresa una convicción apoyada sobre todo en lo comunitario, y que persiste porque no se la discute. Ahora bien, el proletariado no propende a discutir la frase ni los contenidos de las frases, sino más bien la situación en que la frase se produce y emplea y la persona que la dice. A la afirmación: «Se ha decidido a vivir su vida» la gente de la calle no opone ningún pensamiento crítico que intente investigar qué es lo que se quiere decir cuando se dice «vivir la vida», sino que argumenta *ad personam*, según las especiales condiciones de la situación de aquella persona de quien se dice que «vive su vida», alegando que se fugó o no se fugó, que rompió con su familia o no rompió, o bien discutiendo la autoridad y la veracidad, etcétera, de quien formuló el tópico. En todos los casos se da por bueno, sin asomo siquiera de crítica, que «vivir su vida» está pleno de sentido y de contenido eidético. Ya se comprende que desde el *slogan* y la frase hecha no se produce ninguna novedad cultural. El papel de las clases en las que predominan estas formas de topicidad es puramente pasivo, y corresponde, en términos generales, a quienes están sumidos en la ocupación de lo cotidiano, sin la comezón de evadirse de la cotidaneidad. Son formas de comportarse y actitudes intelectuales en el fondo candorosas y fácilmente dirigibles. Los problemas más graves que en este ámbito pueden presentarse son de carácter dinámico, es decir, la renovación del *slogan* y la renovación de la frase hecha. Sobre todo si la renovación del *slogan* se ha producido por grados provocará reacciones psicológicas colectivas más o menos patentes, pero a veces profundas y graves. Es difícil estudiar documentalmente el proceso, pero la sustitución del *slogan* «Rey por la Gracia de Dios» por el de «Rey por la Gracia de Dios y la Constitución» tuvo que producir una vivísima reacción de extrañeza e incluso desamparo, ya que gran parte del pueblo vincula el techo ideológico vigente y la protección de las instituciones al *slogan* que habitualmente emplea.

A la clasificación vertical puede añadirse una clasificación horizontal de los tópicos. A nuestro juicio, Flaubert, en su famoso *Dictionnaire des idées reçues*, puso las bases de esta clasificación,

eligiendo sobre todo tópicos europeos en algunos casos tópicos universales. Estos tópicos se extienden por todo el dominio de la cultura de Occidente, siguiendo unas veces el plano de una cierta clase social o incluso persiguiendo a un acontecimiento universal --«Napoleón o el superhombre»--, sin reconocer fronteras ideológicas, lingüísticas ni siquiera culturales. Pero se puede reducir gradualmente el área de acción de los tópicos. Desde este punto de vista las entidades que más han enriquecido en tópicos la convivencia han sido las político-geográficas. Que «Los insulares son amigos de la independencia y defensores de sus libertades», que «Francia es lo femenino y España lo masculino», «Es astuto como un florentino» y cosas semejantes llenarían gruesos volúmenes. Recordemos, por ejemplo, lo que ha pasado con Castilla. Pocos pueblos han tenido la desgracia de servir de base tópica como el castellano. Se dice que nosotros los castellanos somos gente sobria de fortísimo sentido moral y profunda y cabalmente religiosos. No es cuestión la de repetir aquí la terrible costra de tópicos que pesa sobre la meseta y lo mesetario. La mayoría de estos tópicos no se corresponde rigurosamente con la realidad, ya que Castilla se compone de gentes positivas amigas de lo práctico, que no suelen despreciar un placer donde lo encuentran y que propenden a ver el mundo con los ojos de Sancho cuando Sancho está en sus cabales. Sin embargo, hay toda una imagen tópica que en algunos aspectos se ha hecho mito. Piénsese que prácticamente Castilla perdió personalidad y capacidad directora en todos los sentidos desde los Reyes Católicos. Desde la Castilla del siglo XVI a la Castilla medieval hay una distancia enorme, parecen dos pueblos distintos. Algo debió ocurrir que prácticamente mató lo castellano, por lo menos lo enterró. La Castilla del tópico se ha formado más desde la periferia por los pueblos españoles que ocuparon Castilla y la sometieron, particularmente el Sur y el Levante españoles. Pero la historia de las colectividades con cierta unidad nacional se hace desde el tópico, y la verdad es que tales tópicos acaban por constituir parte esencial de la imagen histórica de ciertos pueblos. En el fondo, por ejemplo, creo que no hay nadie menos hospitalario que un castellano, y, sin embargo...

Desde el punto de vista de esta clasificación se podrían perseguir ciertos tópicos que desaparecieron de ciertos lugares y aparecieron en otros. La emigración de los tópicos es un curioso fe-

nómeno sociológico. América, particularmente la América española, vive tópicos liberales que hoy apenas tienen vigencia en Europa.

TÓPICO Y POLÍTICA

La cantidad y la calidad de los tópicos que se dan en una determinada comunidad dependen en buena medida de la estructura política dominante. Tanto es así que se podría dar como expresión sintética y general de las relaciones entre estructura política y tópico la siguiente: la cantidad y la calidad de los tópicos dentro de un sistema político es inversamente proporcional a la rigidez de dicho sistema, y su efectividad, presión y permanencia directamente proporcional. No sólo la experiencia, pudiéramos decir, de todos los días se pronuncia en favor de esta tesis, sino que hay razones suficientes para admitirla como cierta. En un sistema flexible en el que se admite la contradicción y la polémica política, el tópico lucha contra el tópico. Frente al *slogan* de un partido surge el *slogan* de otro partido. Unas fórmulas tenderán a ser sustituidas por otras. Sin embargo, en los sistemas rígidos, pensemos, por ejemplo, en el sistema comunista para alegar un ejemplo tópico, las frases hechas, el *slogan*, las fórmulas, incluso también los lugares comunes, están en cierta medida prefijados por el poder político director. Lo mismo ocurre con los clichés. El *slogan* «Hay que acabar con la familia, célula de la sociedad burguesa», se puede sustituir de repente por este otro: «La moralidad y defensa de la familia es una de las tareas esenciales en el quehacer del Estado», cuyos *slogans* han de ser compartidos por todos sin contraafirmación ni discusión. En el fondo se repite lo que ya habíamos dicho con otras palabras en páginas anteriores: «A mayor crítica y selección de criterio, el tópico tiende a pulverizarse; a menor crítica, permanece.» Una gran presión política, que encauza, propone e incluso sostiene los tópicos, simplifica el mundo psicológico e intelectual de las personas sometidas a ese poder, aumentando de tal manera la efectividad tópica que para un número elevado de personas casi todo está formulariamente resuelto de antemano. Produce esto un descenso notable del nivel intelectual y el aumento casi increíble del cliché, ya que el cliché es en este caso el sucedáneo de la libertad, de la que quie-

ren disfrutar todos. Ahora bien, hay normalmente un límite, tras-puesto el cual comienza la desintegración del mundo de tópicos por un proceso de reacción, que tiene al comienzo un carácter burlón e irónico y después profundamente hostil por parte de aquellos que han estado casi asfixiados por el cúmulo de frases hechas, etcétera. Llegado este límite o se renueva el mundo de tópicos, para lo que hace falta considerable acierto y oportunidad, o el tópico deja de ser tópico, porque deja de ser efectivo. Dicho con mayor brevedad, cuando la opinión comienza a criticar la opinión, las formas sociales rígidas tienen que renovar el conjunto de tópicos vigentes.

En los sistemas políticos de mayor flexibilidad es más difícil que la frase afortunada cuaje en tópico, porque la opinión está más fraccionada y es más voluble. Por consiguiente, la topificación es más difícil y, desde luego, más efímera, aunque cuantiosa y renovada. Lo que abunda sobre todo son las frases hechas, frente al *slogan* extremadamente efímero y las fórmulas que descubren pronto su vacuidad. En un sistema político rígido las fórmulas se reiteran sin que nada defate la coquedad que cubren; así, se oye: «Nosotros decimos que no estamos dispuestos a ceder ante nada ni ante nadie.» Esta es una fórmula que comienza a quebrarse si se intenta precisar con rigor qué hay detrás de ese *nada* y qué hay detrás de ese *nadie*, y también si preguntamos acerca de ese mágico nosotros. En el «nosotros» está siempre apuntando la fórmula, y hoy que la política es en gran parte formularia, sobre todo en las estructuras políticas rígidas, se emplea el nosotros con preferencia al yo de los regímenes parlamentarios del siglo pasado. El yo apunta más al cliché, en cuanto que más personal hay que teñirlo con la apariencia de lo originario. Desde este punto de vista podríamos analizar la retórica política y la sátira política del pasado siglo como ejemplo de la fecundidad del análisis sociológico del tópico.

La retórica política del siglo XIX construía sobre clichés, lo que ya indica que era una retórica con cierta pretensión intelectual. Los comienzos y los finales sobre todo de los discursos eran puro cliché, fundamentalmente de carácter histórico. Ahora bien, tanto por parte de quien se expresaba retóricamente como por parte de quien escuchaba había una cierta lealtad al tópico. Castelar vivía la convicción de sus clichés, y lo mismo la gente que le escuchaba; la retórica se había hecho ilusión, y los por ella per-

suadidos, ilusos. En el fondo de este ilusionismo había, por consiguiente, una gran dignidad y un sincero entusiasmo. La fórmula se empleaba poco en la retórica política, al contrario de lo que ocurre hoy, que habiendo perdido dignidad y altura el trato político se construye casi todo en fórmulas y frases hechas. Que «Somos un pueblo de individualidades» o que «Para todos los pueblos suena la hora en el reloj de la Historia»; que «Llegará el día en que el sol no se ponga en nuestro imperio espiritual», que «Hay que entablar un diálogo fecundo con los pueblos hermanos del otro lado del Océano», no son sino unas muestras débiles del conjunto de fórmulas que constituyen la cuasi retórica política actual. Psicológicamente y socialmente ocurre el hecho curiosísimo de que con tales fórmulas no se persuade; es más, quien las dice ni siquiera pretende persuadir, y quien oye no desea ser persuadido. Se da una especie de profunda vacuidad, que las fórmulas llenan y que ha convertido la retórica en modo de una convención según la cual se habla y se escucha dentro de un compromiso que se rubrica con aplausos. Esta peculiarísima y extraña situación acusa una falta de tensión social y un descenso considerable del papel de la inteligencia en la política.

Cabría proponer aún otra serie de cuestiones, a mi juicio de subido interés sociológico, tales como la velocidad de propagación de las ideas importantes en un ámbito ideológico muy denso en tópicos, el entorpecimiento de la curiosidad intelectual por un exceso de topificación y desde otro punto de vista la relación entre optimismo y tópico. Parece evidente, a mi juicio, que hay una cierta falsa felicidad, o si se prefiere una falsa conciencia de la felicidad, donde abundan los tópicos fijos y permanentes.

ENRIQUE TIERNO GALVÁN

