

www.elboomeran.com

Frédéric Beigbeder

Una vida sin fin

Traducción de Joan Riambau



EDITORIAL ANAGRAMA
BARCELONA

Título de la edición original:

Une vie sans fin

© Bernard Grasset

París, 2018

Ilustración: © Yeah Lerne

Primera edición: enero 2020

Diseño de la colección: Julio Vivas y Estudio A

© De la traducción, Joan Rimbau, 2020

© EDITORIAL ANAGRAMA, S. A., 2020

Pedró de la Creu, 58

08034 Barcelona

ISBN: 978-84-339-8056-4

Depósito Legal: B. 26946-2019

Printed in Spain

Black Print CPI Ibérica, S. L., Torre Bovera, 19-25

08740 Sant Andreu de la Barca

A Chloë, Lara y Oona

Dios todopoderoso tenga misericordia de nosotros, perdone nuestros pecados y nos lleve a la vida eterna.

Amén.

Ordinario de la misa católica

Nosotros amamos la muerte tanto como vosotros amáis la vida.

OSAMA BIN LADEN

Aunque sean novecientos noventa y cinco millones y yo solo uno, son ellos los que se equivocan, Lola, y yo quien tiene razón, porque soy el único que sabe lo que quiere: no quiero morir nunca.

LOUIS-FERDINAND CÉLINE,
Viaje al fin de la noche

PEQUEÑA PRECISIÓN IMPORTANTE

«La diferencia entre la ficción y la realidad es que la ficción debe ser creíble», dijo Mark Twain. Pero ¿qué hacer cuando la realidad ya no lo es? Hoy la ficción es menos disparatada que la ciencia. Esta es una obra de «ciencia no-ficción»; una novela en la que todos los descubrimientos científicos han sido publicados en *Science* o *Nature*. Las entrevistas con médicos, investigadores, biólogos y genetistas reales han sido transcritas tal como fueron grabadas entre los años 2015 y 2017. Todos los nombres de personas o empresas, direcciones, descubrimientos, *startups*, máquinas, medicamentos y centros clínicos mencionados existen verdaderamente. Solo he cambiado los nombres de mis allegados para no incomodarlos.

Al iniciar esta investigación sobre la inmortalidad del hombre no alcancé a imaginar a dónde me conduciría.

El autor declina cualquier responsabilidad relativa a las consecuencias que este libro pueda tener sobre la especie humana (en general) y sobre la esperanza de vida del lector (en particular).

F. B.

1. Morir no es una opción

La muerte es una estupidez.

Francis Bacon
a Francis Giacobetti
(septiembre de 1991)

Cuando el cielo está despejado, todas las noches se puede ver la muerte. Basta alzar los ojos. La luz de los astros difuntos ha atravesado la galaxia. Unas estrellas lejanas, desaparecidas desde hace milenios, siguen mandándonos su recuerdo en el firmamento. En alguna ocasión he telefoneado a una persona a la que acababan de enterrar y he oído su voz, intacta, en su contestador. Esa situación provoca un sentimiento paradójico. ¿Al cabo de cuánto tiempo disminuye la luminosidad cuando la estrella ha dejado de existir? ¿Cuántas semanas tarda un operador de telefonía en borrar el contestador de un cadáver? Existe un plazo de tiempo entre el fallecimiento y la extinción: las estrellas son la prueba de que es posible seguir brillando después de la muerte. Transcurrido ese *light gap* llega necesariamente el momento en que el resplandor de un sol pasado vacila como la llama de una vela a punto de apagarse. El brillo titubea, la estrella se fatiga, el contestador calla, el fuego tiembla. Al observar la

muerte atentamente, puede verse que los astros ausentes centellean ligeramente menos que los soles vivos. Su halo disminuye, su tornasol se difumina. La estrella muerta parpadea, como si nos dirigiera un mensaje de auxilio... Se aferra.

Mi resurrección comenzó en París, en el barrio de los atentados, el día de un pico de contaminación de partículas finas. Había llevado a mi hija a un café moderno llamado Jouvence. Ella comía una ración de salchichón de bellota y yo bebía un *gin- tonic* de Hendrick's con pepino. Desde la invención del smartphone habíamos perdido la costumbre de hablar entre nosotros. Ella consultaba sus wasaps mientras yo seguía a unas modelos en Instagram. Le pregunté qué era lo que más le gustaría como regalo de cumpleaños. Me respondió: «Un selfie con Robert Pattinson.» Mi primera reacción fue de asombro. Pensándolo bien, sin embargo, en mi trabajo como presentador de televisión también pido selfies. Un tipo que entrevista a actores, cantantes, deportistas y políticos ante las cámaras no hace más que retratarse al lado de personas más interesantes que él. Y, además, cuando salgo a la calle, los transeúntes me piden que me haga una foto junto a ellos con su teléfono y si acepto de buen grado es porque acabo de

hacer lo mismo en el plató rodeado de focos. Todos vivimos la misma no-vida; queremos brillar a la luz de los demás. El hombre moderno es un amasijo de setenta y cinco mil miles de millones de células que intentan convertirse en píxeles.

El selfie mostrado en las redes sociales es la nueva ideología de nuestra época: lo que el escritor italiano Andrea Inglese denomina «la única pasión legítima, la de la autopromoción permanente». Existe una jerarquía aristocrática decretada por el selfie. Los selfies solitarios, en los que uno se exhibe frente a un monumento o un paisaje, tienen un significado: yo he estado en ese sitio y tú no. El selfie es un currículum visual, una tarjeta de visita virtual, un trampolín social. El selfie al lado de un famoso tiene mayor sentido. El selfista pretende demostrar que ha conocido a alguien más popular que su vecino. Nadie le pide un selfie a una persona anónima, salvo si tiene alguna singularidad física: enano, hidrocéfalo, hombre elefante o gran quemado. El selfie es una declaración de amor, pero no solo eso: es también una prueba de identidad («*The medium is the message*», predijo McLuhan sin imaginar que todo el mundo se convertiría en medio). Si subo un selfie al lado de Marion Cotillard no expreso lo mismo que si me immortalizo con Amélie Nothomb. El selfie permite presentarse: mira qué guapo estoy frente a ese monumento, con esa persona, en ese país o en esa playa y, además, te saco la lengua. Ahora me conocéis mejor: estoy tumbado al sol, apoyo el dedo en la antena de la torre Eiffel, evito que la torre de Pisa se caiga, viajo, me río de mí mismo, existo porque me he cru-

zado con un famoso. El selfie es un intento de apropiarse de una notoriedad superior, de hacer estallar la burbuja de la aristocracia. El selfie es un comunismo: es el arma del soldado en la guerra del glamur. No se posa junto a cualquiera: aspiramos a que la personalidad del otro influya en nosotros mismos. La foto con un famoso es una forma de canibalismo: engulle el aura de la estrella. Nos hace entrar en una nueva órbita. El selfie es la nueva lengua de una época narcisista: reemplaza el cogito cartesiano. «Pienso luego existo» se convierte en «Poso luego existo». Si me hago una foto con Leonardo DiCaprio, soy superior a ti que posas con tu madre esquiando. Además, tu mami también se haría un selfie al lado de DiCaprio. Y DiCaprio con el papa. Y el papa con un niño con trisomía. ¿Significa eso que la persona más importante del mundo es un niño con trisomía? No, me estoy yendo por las ramas: el papa es la excepción que confirma la regla de la maximización de la celebridad mediante la fotografía móvil. El papa ha roto el sistema del esnobismo ego-aristocrático iniciado por Durero en 1506 en *La Virgen en la fiesta del Rosario*, donde el artista se pintó por encima de Santa María Madre de Dios.

La lógica sélfica puede resumirse así: Bénabar querría un selfie con Bono pero Bono no quiere un selfie al lado de Bénabar. En consecuencia, existe una nueva lucha de clases a diario, en todas las calles del mundo entero, cuyo único objetivo es la supremacía mediática, la exhibición de una popularidad superior, el ascenso en la escalera de la fama. El combate consiste en la comparación de la cantidad de URM (Unidades de

Ruido Mediático) de que dispone cada uno: apariciones en la televisión o la radio, fotos en la prensa, likes en Facebook, visualizaciones en YouTube, retuits, et cetera. Es una lucha contra el anonimato, en la que es fácil contar los puntos y en la que los vencedores miran por encima del hombro a los perdedores. Propongo bautizar como «selfismo» esta nueva violencia. Es una guerra mundial sin ejércitos, permanente, sin tregua, las veinticuatro horas del día: la guerra contra todos, esa «*Bellum omnium contra omnes*» definida por Thomas Hobbes y ahora organizada técnicamente e instantáneamente contabilizada. En su primera rueda de prensa tras su investidura en enero de 2017, el presidente de Estados Unidos, Donald Trump, no expuso su visión de América ni de la geopolítica del mundo futuro: únicamente comparó la cifra de espectadores de su ceremonia inaugural con la cifra de espectadores de su predecesor. No me excluyo en absoluto de esta lucha existencial: me he sentido muy orgulloso al mostrar mis selfies con Jacques Dutronc o con David Bowie en mi *fan page*, que cuenta con ciento treinta y cinco mil «me gustas». Sin embargo, me considero extremadamente solo desde hace cincuenta años. Aparte de los selfies y de los rodajes, no frecuento a seres humanos. Alternar la soledad y la algarabía me protege de cualquier pregunta desagradable sobre el sentido de mi vida.

A menudo, la única manera de verificar que estoy vivo consiste en ver en mi página de Facebook cuántas personas han dado un like a mi último post. Por encima de los cien mil likes, a veces tengo una erección.

Esa tarde, lo que me preocupaba de mi hija era que no soñara con darle un beso a Robert Pattinson, ni siquiera hablar con él o conocerle. Solamente quería subir su rostro junto al suyo a las redes sociales para demostrar a sus amigas que había coincidido con él de verdad. Como ella, todos participamos en esta carrera desenfrenada. Pequeños y mayores, jóvenes y viejos, ricos y pobres, famosos o desconocidos, la publicación de nuestra fotografía se ha vuelto más importante que nuestra firma en un cheque o en un contrato matrimonial. Estamos ávidos de reconocimiento facial. Una mayoría de terrícolas grita al vacío su insaciable necesidad de que los miren o simplemente los vean. Queremos ser vistos. Nuestro rostro está sediento de clics. Y tener más likes que tú es la prueba de mi felicidad, al igual que en la televisión el presentador que consigue más audiencia se cree más querido que sus colegas. Esta es la lógica del selfista: el aplastamiento de los demás mediante la maximización del amor público. La revolución digital ha traído otra cosa: la mutación del egocentrismo en ideología planetaria. Al carecer ya de capacidad de influencia en el mundo, solo nos queda un horizonte individual. Antaño la supremacía estaba reservada a la nobleza y, más tarde, a las estrellas de cine. Desde que cualquier ser humano es un medio, todo el mundo desea ejercer esa supremacía sobre el prójimo. En todas partes.

Cuando Robert Pattinson asistió en Cannes al estreno de su película *Maps to the Stars*, a falta de un selfie con mi hija Romy, pude obtener de él una foto dedicada. En el camerino de mi programa le escribí

sobre su retrato arrancado de *Vogue* esta dedicatoria con rotulador rojo: «*To Romy with love xoxoxo Bob.*» En señal de agradecimiento, ella se contentó con preguntarme:

—¿Me juras que no has firmado tú la foto?

Hemos dado a luz a una generación insegura. Pero lo que más me hiera es que nunca, jamás, mi hija haya reclamado un selfie con su padre.