

Societat

L'última tendència que arrasa a les xarxes socials

JAVIER RICOU
Lleida

“*Delulu* és la solulu”. Que ningú no s’espanti, no és un nou idioma. És la frase repetida a TikTok (més de 5.000 milions de vegades) entre joves de la generació Z, nascuts entre el 1995 i el 2000. El “*delulu* és la solulu” ja s’ha convertit en una filosofia de vida, un mantra a què s’abracen els joves que no ho tenen gens fàcil en el món en què els ha tocat viure, com a via de fugida per escapar-se de la realitat i guanyar autoconfiança. Tot per sentir-se m’s bé amb ells mateixos i evadir-se del dia a dia i d’una realitat en què no veuen futur.

Com es fa això? Assumint en aquell món virtual que en aquesta vida no hi ha res impossible, que poden aconseguir i ser el que vulguin. Sabent, la majoria, que res no és veritat. Però somiar és de franc. La traducció de la frase ho diu tot. “El terme *delulu* ve de l’anglès *delusional*, *delirant* en català, i la definició seria una cosa com ara ‘autoenganyar-se és la solució’”, afirma Maria Dolors Mas Delblanch, psicòloga sanitària i especialista en psicologia infantojuvenil.

Cal amoïnar-se? Si això no passa d’imaginar o somiar coses impossibles per ser més feliç, no hi hauria problema. Però si aquest mantra es creu a ulls clucs, la cosa canvia. Llavors la patacada emocional pot ser molt dolorosa, quan aquells joves tornen a la realitat i constaten que l’univers de TikTok és un invent i no sempre s’aconsegueix tot el que es vol.

Per entendre més bé l’origen del terme i la tendència cal remuntar-se al 2014. El mot *delulu* va néixer per referir-se als fanàtics del K-pop coreà. Adolescents que estaven convençuts –deliraven– que acabarien tenint una relació íntima amb aquelles estrelles de la música. Una cosa, a priori, inabastable, però aquestes i aquells joves eren feliços només imaginant-se que aquell somni es pogués complir.

Ara els *delulus* han ampliat el seu radi d’acció. Es pretén ser feliç imaginant que una o un pot ser el que es proposi en tots els àmbits de la vida. I així ho manifesten aquests joves –es retroalimenten entre si– en les seves publicacions a TikTok. És com una

L’ERA ‘DELULU’ Joves que s’autoenganyen per buscar la felicitat

Una filosofia de vida abraçada per la generació Z per fugir de la realitat; se senten més bé si somien en impossibles



ALEX GARCIA

La felicitat, com la que manifesta la jove de la imatge, és l’últim objectiu que busquen els que practiquen la filosofia *delulu*

injecció d’autoestima. Maria Dolors Mas ho interpreta així: “Creuen que autoenganyar-se és la solució per aconseguir l’èxit, la fortuna o, fins i tot, l’amor, que arribarà per art de màgia; que tot això passarà només si creuen que és possible”. Només imaginant ja són més feliços. Sense tenir en compte, afegeix aquesta psicòloga, que “no tot és tan fàcil i que només volent les coses no n’hi ha prou per aconseguir qualsevol cosa, ja que hi ha factors com ara els contextuals, socials o interpersonals que, moltes vegades, no depenen de la nostra voluntat”.

Mas Delblanch recorre, per entendre més bé aquest fenomen, al llibre *El secret*, de Rhonda Byrne, en el qual es parla de la “lleï de l’atracció”. Bàsicament aquesta obra deia que si focalitzaves la teva vida en allò que volies aconse-

guir, finalment es materialitzaria. Considera que el *delulu* no és més que la versió renovada d’aquella “lleï de l’atracció” i els joves necessiten avui més que mai somiar en impossibles per ser feliços. A més, una xarxa social com TikTok serveix amb safata un consum ràpid d’aquella injecció d’optimisme.

Per què aquest canal per publicar somnis impossibles? Respon Ferran Lalueza, professor de Comunicació de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) i investigador de social media del grup GAME. “El plantejament és prou naïf perquè els usuaris més adults no s’hi sentin identificats, si més no, no d’una manera majoritària. Segurament, l’experiència s’acaba convertint en el millor antídoto contra aquest tipus de pensament màgic. I el fet que es focalitzi en TikTok es deu al perfil d’edat majoritari en aquesta xarxa i al fet que, d’alguna manera, encara conservi part del tarannà innocu i intranscendent que el va caracteritzar en els seus orígens”, afirma.

Ningú no nega que en aquell canal s’ha entrat en la “era *delulu*”. La prova? Els vídeos i missatges penjats amb l’etiqueta “*delulu* és salulu” (més de 5.000 milions de publicacions) van acompanyats de frases com ara: “Si la teva vida no t’agrada, canvia-la; si el teu ex

La tendència arrasa a TikTok: es publiquen reptes inabastables per somiar, sense saber si es materialitzaran

ja no et vol, ja et tornarà a estimar; no t’agrada la teva imatge, pensa que ets una altra persona...”

“Això és més que una tendència, ja és una filosofia de vida entre aquests joves de la generació Z”, afirma Elena Drapá, psicòloga clínica. I per què funciona? Aquella idea delirant per aconseguir una cosa, a priori impossible, “allibera hormones com ara l’oxitocina i dopamina, generadores de benestar. Són molt potents”, respon aquesta psicòloga.

Lalueza apunta, sobre aquesta qüestió, que el fenomen *delulu* té dos trets rellevants. “El primer és que constitueix una metàfora irò-

Mentides “controlades” per alliberar-se

■ Com en totes les tendències, el *delulu* té també els seus particulars gurus. Moses Wong és un d’ells i una de les seves publicacions a TikTok dirigida als més joves –“En aquesta generació [la Z], crec que ser *delusional* és un factor clau per ser feliç”– va superar els 25 milions de visualitzacions. Wong matisa que aquest autoengany, quan es creu que una o un serà el que es proposi, ha de ser “controlat” perquè tingui un efecte “alliberador”. Hi ha estudis, fora del fenomen *delulu*, que determinen que les persones més optimistes tenen més probabilitats d’aconseguir el que es proposen. Altres treballs conclouen, però, que controlar els impulsos i tocar de peus a terra també és sinònim d’èxit.

Hi ha un risc, el de la frustració, quan les mentides es creuen a ulls clucs i el món real no canvia

nica del funcionament de les xarxes socials, que mostren un món irreal, idealitzat i idíl·lic, perquè allà tendim a mostrar únicament la part més amable i els èxits de la nostra existència”. I el segon tret, afegeix, “és que posa en evidència que als més joves els disgusta tant el frustrant món que els lleguem –no els falta pas raó– que necessiten refugiar-se en una realitat alternativa en què tot és possible”.

Abraçar aquesta filosofia pot injectar dosis d’autoconfiança. I ajuda a sortir de la zona de confort per fer passos que de cap altra manera no fariem, cosa que pot ajudar a aconseguir coses que

abans d’entrar en aquell món ni tan sols s’imaginaven, per impossibles. És la cara més amable del *delulu*. En la llista de coses positives, Maria Dolors Mas apunta que “aquesta filosofia serà beneficiosa si augmenta la confiança en un mateix; creure en les pròpies habilitats és una eina poderosa per superar grans desafiaments”.

Ho comparteix Elena Drapá. “Si aquests somnis o pretensions s’avaluen bé, ser un o una *delulu* pot ajudar a creure amb més determinació que podem aconseguir coses que abans veïem com a inabastables. Això no hauria de ser, en principi, nociu, ja que augmentarà l’autoestima”, afirma aquesta psicòloga. Però, alerta, no s’ha de perdre mai el nord, “com ara proposar-se, per exemple, de fer un treball amb ordinador quan no tenim la computadora”, afegeix Drapá.

Per què el *delulu* és patrimoni de la generació Z? “Aquests joves cada vegada parlen més de termes oposats, com ara la síndrome de l’impostor (creure que tenen menys capacitats de les que mostren les evidències) i viuen en un món en què la precarietat laboral i vital genera una sèrie d’incerteses que no han hagut d’afrontar altres generacions”, apunta Mas. De manera que “la confiança en una o un mateix pot portar aquests joves, en vista del panorama negre que els espera, a l’autoeficàcia, a creure en la capacitat de dur a terme tasques i aconseguir objectius concrets”.

Aquesta és una generació, comparteix Elena Drapá, “que demostra molt poca estabilitat i amb un pessimisme encobert que els pinta un futur negre, o sigui que tenir idees delirants seria com una vàlvula d’escapament”.

Consells? Cal saber diferenciar entre el que és alimentar una actitud optimista i positiva davant els reptes de la vida i el que és clarament l’autoengany o el deliri. Encara que mentir-se a un mateix sigui una de les principals premisses del *delulu*, que busca la felicitat amb somnis a priori impossibles, els problemes –i ja es veuen casos en consultes de psicòlegs– arriben quan de l’exhibició pública del desig es passa a la convicció que l’objectiu anhelat mai no s’aconseguirà. Si això passa, “arriba la frustració i la depressió”, coincideixen les dues psicòlogues. ●

Joves ‘delulu’: tots delirants?

ANÀLISI

JOSÉ R. UBIETO



Ser *delulu* és una de les últimes tendències entre joves de l’anomenada generació Z, nascuts a partir del 1995 i impactats per

la crisi del 2008 i la pandèmia recent. Amb una taxa d’atur elevada (30%), conscients de l’avenir climàtic (un 72% creu que l’escalfament global ha estat provocat per l’activitat humana) i de la desigualtat de gènere, són més desconfiats i atrevits que els seus antecessors (*millennials*).

Les xarxes socials –especialment TikTok– són el seu “refugi” on poden imaginar una vida en gran (*thinking big*). Per a ells i elles, *being delulu is the new solulu* (‘ser *delulu* és la nova solulu’). *Delulu* prové de l’anglès *delusional*, que vol dir ‘delirant’, i tal com expliquen en els milers de vídeos que circulen

“per nosaltres, tot és possible perquè som els millors”. Freud, a *L’avenir d’una il·lusió* (1927), concebia la religió com un conjunt d’idees, presentades com a dogmes, que no són sinó il·lusions fonamentades en desitjos antics, intensos i urgents. Aclariria que una il·lusió no és un error i l’equiparava a un deliri per

sostenir-se en la satisfacció d’un desig.

Les xarxes socials –i moltes de les seves celebritats (Musk, Trump)– tenen, sens dubte, un component delirant molt accentuat. Igual com algunes aplicacions i programes d’IA, que prometen parlar amb els morts (*griefbots*), clonar humans de manera virtual o casar-se amb un holograma. El narcisisme s’exacerba en aquesta il·lusió que no coneix límits i que recicla qualsevol rebuig

(laboral, sentimental o familiar) per traduir-lo en un “soc massa per a ell i per això no m’estima”. Els ja citats Musk i Trump són mestres en aquest art.

Això vol dir que assistim a una nova epidèmia de trastorns mentals per mor d’aquesta viralització *delulu*? Tal com assenyalen amb encert alguns tiktokers, la clau és a dir-ho i no creure-s’ho del tot, que sigui un deliri una mica fake. La descreença sobre les promeses de l’Al-

“El narcisisme s’exacerba en la il·lusió que no coneix límits i que recicla qualsevol rebuig”

tre els serveix d’exemple per no confiar plenament en el seu propi deliri. Això no exclou que alguns es perdin en el joc. El simptomàtic d’aquest fenomen

és que avui és difícil distingir entre deliri i creença o saber. Lacan s’hi va referir –seguint la línia de Freud– quan va pronunciar la seva frase “tothom és boig, és a dir, delirant”, no per universalitzar la psicosis, sinó per mostrar com davant la incertesa i la perplexitat (d’això els joves en saben molt) cadascú inventa les seves tesis *delirants* per donar un sentit a la seva existència. No són (tots) bojos, són joves deslliurats a mercè del deliri digital. ●