

## LA TRIVIALIZACIÓN DEL SER<sup>1</sup>

Jaime Fernández Leandro

En la publicidad referente al consumo de cigarrillos se nos informa: “Fumar es dañino para la salud”. Es curioso. Si fumar es malo y a confesión de parte relevo de pruebas, como dicen los abogados, entonces ¿por qué el Estado permite que las tabacaleras atenten contra la salud de los ciudadanos? Los publicistas proclaman su derecho a la libertad de expresión, le pese a quien le pese. Y los políticos del cotarro no pueden decir mucho porque ellos mismos son producto de la magia hipnótica de los nuevos brujos de la sociedad postcapitalista. Un alto ejecutivo de la ciudad de Las Vegas se dejó decir en una entrevista y con cierta prepotencia, que ellos no interpretan los deseos o gustos de la gente para el desarrollo de sus proyectos (casinos, hoteles, revistas musicales, arquitecturas, bodas masivas, sexo); ellos deciden sobre lo que serán las preferencias y apetitos de la gente, en una suerte de ingeniería ideológica digna de la novela *1984* de George Orwell. La ficción hecha realidad. La pregunta que viene es inevitable: ¿es en realidad libre una sociedad en que sus individuos piensan lo un grupo de expertos en imagen quieren que piensen? En cantinas turbulentas a las que acude la clase trabajadora para ahogar en alcohol sus muchas frustraciones, la Cervecería Costa Rica coloca sugestivos “postres” (sic) en los que aparecen rubias curvilíneas que le dedican un guiño al populacho ¡Para que agarren algo! La taberna deviene- merced a la droga publicitaria- en el templo báquico en el que los sueños eróticos- étlicos adquieren visos de realidad, al menos por un rato.

Luego resulta que las gentes llegan a casa y encuentran el televisor prendido con la secuela de anuncios que presentan ciertas características en común: primero, plantean la vida como una cadena casi ininterrumpida de hechos banales, y el vacilón a todo mecate- especialmente en los sectores jóvenes- es la máxima aspiración que puede reclamar la existencia humana.

Segundo. Los valores (y antivalores) de la sociedad estadounidense son el modelo porque representa el supremo estilo de vida, sobre todo para los estamentos burgueses o aburguesados de la población, que parecen acusar cierto complejo como gringos en el exilio tropical.

Tercero. La mujer es un objeto sexual; sin embargo- y van a perdonar las feministas profesionales- deviene en juguete erótico que aprendió a cobrar (y algunas a muy buen precio) las incontinencias sexuales de los hombres.

Cuarto. La muerte no existe. Y si de alguna oscura y majadera manera insiste en existir, entra a formar parte de un “reality show” con muchos anteojos oscuros y no pocas damas glamorosas. Si le meten la bandera de las barras y estrellas, todavía mejor.

Quinto. Como no hay quinto malo hay que señalar la abolición de la memoria. Sí, la trivialización del ser exige que las personas respiren aeróbicamente, tengan montones de cosas, sonrían mucho, trabajen, bailen, salten, cuenten cosas intrascendentes aunque muy simpáticas, pero lo mejor es que ejerzan la capacidad de olvido. Y especialmente en política, para que sigan votando por los mismos intereses económicos que cada cuatro años les ponen caras diferentes con lemas muy simpáticos: “con la fuerza del pueblo”, “volvamos a la tierra”, “Para estar mejor cada día”, “Vote por usted”.

---

<sup>1</sup> *Tópicos del humanismo* (Heredia: Universidad Nacional) n. 105 (abril de 2004).