

COLUMNAS

Pascua infeliz para todos

El Ciudadano · 18 de diciembre de 2015



Es tiempo de celebrar, pero estoy triste. Veo la televisión, recibo los diarios del duopolio y me espanta el bombardeo publicitario que me hace sentir que hay que comprar muchos bienes materiales para estar feliz en esta Navidad. No comprendo el gasto desenfrenado que constato en la confección de los catálogos y guías de compras extremadamente gruesos y con un papel de alta calidad. Cada mamotreto viene con muchísimas cosas para regalar y con slogans : “compra regalos con alma”, “regala sueños”, “Lo más importante es compartir, compra todo en el Jumbo”. Utilizan las emociones y sentimientos justos para llegar al corazón de las personas. Especialmente maquiavélico es ver cómo utilizan, como actores principales a los niños en todos los spots poniéndolos entremedio de idílicas escenas, cuyo único fin es atraparlos para que presionen a sus padres y les compren todo lo que aparece en la tele. Más perverso aún es observar a bebés induciendo a sus padres que pidan créditos y usen las infinitas tarjetas que existen en el mercado para esta Navidad. También me da nauseas ver en el mall al viejo pascuero con niños sentados en sus faldas, árboles gigantes –de 15 a 20 metros- atiborrados de adornos muy pomposos y rodeados de mucho lujo.

En mi infancia aprendí que la pascua era la celebración del aniversario del nacimiento de Jesús, quien nació en la máxima austeridad, en un simple pesebre, rodeado de animales, reyes magos, su madre María y su padre José. Yo me sentía muy feliz compartiendo una sencilla cena con mi familia. Después comíamos pan de pascua y dejábamos las botas para que al amanecer el pascuero las llenara de

dulces y galletas navideñas. También me enseñaron que una de las máximas de Cristo era: “Felices los que tienen el espíritu del pobre, porque de ellos será el reino de los cielos”. Entonces comprendo mi tristeza. Actualmente, se ha remplazado a Jesús por el viejo pascuero, quien aparece en toda la publicidad - incluso en las botellas de coca cola- como actor principal y símbolo de traer todos los regalos que le pidan los niños. Esto encarnaría la felicidad total. El materialismo y el hedonismo irrumpen satánicamente en la infancia. Son niños y niñas alienados por sus padres, quienes les flagelan su inocencia al transformarlos en futuros bienes de consumo. Para comprar muchos regalos, algunos muy caros, los adultos piden créditos y revientan las tarjetas, con el fin de vivir una felicidad efímera enmarcada en el cosismo. No les importa quedar endeudados durante mucho tiempo al gastar mucho más de lo que tienen. El antivalor que se exagera en Navidad proviene de este sistema neoliberal o capitalista que tiene instalado en el inconsciente colectivo el mercantilismo y consumismo sin límites. “Compra y sé feliz” es el mensaje que privilegia el “tener al ser” ¿Cuándo se terminará esta parafernalia multicolor y ostentosa que desvirtúa totalmente el verdadero sentido de la Navidad?

En un país con más del 80% de personas endeudadas y donde se diagnostica un desastre económico, podemos predecir la infelicidad de los padres cuando pase la Navidad.

Me invade mucha impotencia y más tristeza aún, porque estoy consciente que miles de niños y niñas no podrán recibir ni siquiera una pelota o un pan de pascua en esta Nochebuena.

Periodista U.C.

Fuente: [El Ciudadano](#)