

Los nuevos 10 mandamientos del mundo moderno

MARCELO COLUSSI :: 30/04/2018

El régimen capitalista intenta convencer a la población de que la posesión material es el 'sumun' de la felicidad

En la página 104 de la revista "Complot Magazine" número 58, de febrero del 2007-del Grupo Complot C.A. y Complot Media Group Inc., con dirección en Caracas y en Miami-pueden leerse los nuevos "10 mandamientos".

En un principio podríamos asociarlo a alguna referencia religiosa o moral. Pero no, se trata de un tema de distinta índole: la ética del capitalismo, los lineamientos de la "moral del consumo", la civilización del despilfarro.

Solo a modo de muestra de los "mandamientos" pautados, citaremos algunos al azar; por ejemplo, el número seis: "Pagar, lo que sea, para intentar obtener el cuerpo perfecto". O el número 10: "Poseer, tan pronto salga al mercado, el accesorio más deseado: el iPhone".

En realidad, ninguno de los mandamientos tiene desperdicio; podríamos ver, por ejemplo, el número cinco: "Exhibir el tesoro más valioso: una piel extraordinaria con L'or de vie crème de Dior"; o el número 9: "Mirar, con detenimiento, cuál ha sido el impacto de Paris Hilton en la sociedad, con el divertido blog de *Las Ultra Fabulosas*", donde uno puede enterarse, entre otras cosas, que la referida estrella estadounidense "salió de prisión desfilando, divina y posando" y que [Christian] "Dior escuchó nuestras plegarias"

Podríamos pensar que tal publicación es una revista de humor, y los "mandamientos", en cuestión, chistes quizá de un humor ácido, negro, pero chistes al fin; pero no, se trata de la esencia de la nueva "religión" creada por el capitalismo: la sociedad industrial que hace un par de siglos se globalizó y manipula todas las relaciones humanas, prácticamente en todos los rincones del planeta con un mandato imperativo: ¡consumir!

El dios en juego es el "dios consumo". Si no se consume "hasta acabar la existencia", no hay éxito económico. "Triunfar", dentro de esa lógica, consiste en acumular bienes materiales por el simple hecho de poseerlos, independientemente de que sean útiles, o no; o impliquen costos impagables, incluso el de destruir de modo irreparable nuestra casa común, la Tierra. Siguiendo ese modelo, pareciera que la esencia de nuestra vida puede reducirse a poseer cosas.

El régimen capitalista intenta convencer a la población de que la posesión material es el *sumun* de la felicidad. Y, fiel a ese precepto, está acabando con el planeta. El consumismo voraz pone en riesgo los recursos naturales de nuestra casa común y con ello todas las formas de vida. La contaminación está llegando a niveles insospechados, insostenibles.

Todo ello trae aparejados problemas casi insolubles, que exigen decisiones políticas. Los modelos de desarrollo vigentes de producción y consumo constituyen un atentado a la naturaleza. El capitalismo no pregona vida si no muerte.

La revista antes citada se distribuye gratuitamente en algunos centros comerciales ('malls', o 'shopping centers', para nombrarlos con los correspondientes términos a la moda). Es decir: los nuevos templos de adoración de las nuevas deidades, los lugares-símbolo donde se “paga lo que sea” para conseguir... qué? ¿La promesa de felicidad?

No podríamos afirmar que “Complot Magazine” es una revista precisamente popular, de consumo generalizado, pero aun cuando no llegue a la totalidad de la población, el contenido de sus páginas, y los citados “mandamientos”, constituyen las obligadas reglas de juego de la sociedad globalizada en la que hoy, ya entrado el siglo XXI, nos ha colocado el gran capital.

En suma un mandamiento sin distinciones, para todos: los habitantes de las selvas tropicales o de alguna remota aldea del Tíbet pueden ser potenciales compradores (también hasta allí llega la Coca-Cola, quizá más que el agua potable). De hecho se les estimula a que “posean, no bien salgan al mercado, las mercaderías más diversas”. Todos, sin distinción, a pagar tributo a ese dios-consumo.

El petróleo que se extrae de las profundidades de la tierra, sea en plena selva o una remota aldea, nos envenena a todos, directa o indirectamente, a través de la cultura del hiper consumo. ¿Quién escapa al gran centro comercial en que se ha transformado el planeta? Las repercusiones son fatales, la globalización capitalista no perdona.

El “dios mercado” es la deidad suprema que da sentido a la sociedad capitalista; lo de Paris Hilton no es sino una demostración extrema de la estupidez en juego: “consumir hasta morir”. Valga afirmar que la expresión no es metafórica: el modelo en juego es consumir por consumir, aunque implique destrozar la naturaleza, “morir” envenenados por el desastre medioambiental que desencadenan; morirnos porque la moda impuesta lo marca.

Pero lo más importante -oculto bajo este modelo de *fashion* dominante- es que la producción de toda esa parafernalia destinada al escaparate glamoroso, se apoya en la explotación de los trabajadores. La riqueza creada sobre la base de la pobreza de quienes la producen.

Sin duda, no todo el mundo es tan ingenuo para tomar en serio revistas como estas. Pero, más allá de la cantidad de lectores concretos que una publicación de ese tipo genere, hay que hacer algo al respecto.

Las propuestas del socialismo son otras.

¡A construirlo entonces!

Prensa Latina

<https://www.lahaine.org/mundo.php/los-nuevos-10-mandamientos-del>