

## VENEDORS DE FELICITAT

Mario Roberto Morales

03/01/2007

[www.laventana.casa.cult.cu](http://www.laventana.casa.cult.cu)

Pel fonamentalisme neoliberal, el triomf econòmic a la vida és una cosa estrictament individual i de cap manera referent a factors estructurals de la societat i de l'economia. O sigui, que per solucionar -i amb escreix- el problema econòmic, l'únic que un ha de fer -amb tota evidència del contrari- és comportar-se com un agressiu venedor que ha trobat en l'acte de vendre i comprar el sentit profund de la vida.

Per això, pels nostres optimistes neoliberals, l'evolució (i ja no diguem la revolució) social és una quimera, ja que, per exemple, els personatges històrics que ells consideren "triomfadors" no són, en la seva perspectiva, altra cosa que una espècie de venedors amb èxit d'un producte 'x' del qual n'han tret profit. Per ells no hi ha acció social en el canvi social, sinó sols acció individual "triomfadora".

A aquests rudiments, alguns l'anomenen teoria de l'eficiència, i segons ella, el capitalisme és l'ordre universal manat per Déu, i en ell la desigualtat i la capacitat individual de triomfar són els únics factors actius.

Aquest individualisme anti-historicista de la teoria de l'eficiència és la doctrina que pregonen tots els llibres anomenats "d'autoajuda", en els que els preceptes religiosos de tots els temps s'instrumentalitzen per apuntar cap a una sola idea obsessiva: la de ser un individu eficient i lleial per l'emperador, l'acceptar la injusta desigualtat social i econòmica com un fet natural i irremuntable i, amb tot, esborrar de la memòria tota tradició històrica que li pugui atorgar a aquests venedors de la felicitat qualsevol vestigi de dignitat assentada en el seu passat col·lectiu.

A tot això se li ha d'afegir un culte al "canvi", a allò "nou", els quals, clar, sols són permesos dins dels principis rígids d'aquesta ideologia de la manipulació, ja que allò anomenat "nou" i el proclamat "canvi" es redueixen a allò nou per a consumir i a les possibilitats de canvi en les opcions de consum.

Portada a l'àmbit global, aquesta "filosofia" pretén esborrar la memòria col·lectiva de les nacions amb la finalitat de convertir als pobles i les societats en comunitats de consumidors disciplinats, sense més moral que la lleialtat a les marques comercials i a les grans corporacions, destruint així nacionalismes i localismes atorgadors d'identitat, cohesió social i ideològica, i legitimació política dels interessos col·lectius enfront als de la elit.

Sols el coneixement crític de com funciona el sistema pot donar-nos el necessari espai de llibertat de consciència situat fora dels condicionaments d'aquell, i d'aquesta manera poder plantejar alternatives lliures davant aquesta

dominació mundial que es fa efectiva mitjançant el consumisme i els mitjans massius que el fan obligatori disfressant-lo d'opcional.

És cert que avui per avui la única resistència possible al sistema ha d'articular-se dins del mateix sistema. La primera condició de tot això és aprendre a llegir críticament el text ideològic neoliberal per poder desconstruir-lo. Al fer això, ens haurem situat en l'espai de llibertat de consciència que la publicitat vol polvoritzar, i podrem teoritzar, resistir i plantejar sortides humanes del consumisme per se pel proper mil·lenni.

No oblidem que el coneixement és poder. Estudiem la globalització i el neoliberalisme, compreguem-los i replantegem-los en claus més justes, equitatives i democràtiques. L'alternativa és viure conforme ens ho mana la tele: aquest Big Brother neoliberal que ja s'ha menjat al primer món i ha començat a ennuegar-se deglutint al tercer.