

[Compra hoy, mañana podrías estar muerto](#)

Enviado por martin el Jue, 11/26/2015 - 08:00

Foto portada:



Antetítulo (dentro):

Black Friday

Sección principal:

[Global](#)

Cuerpo:

El virus zombi del consumismo se extiende entre nuestra población mientras las alarmas terroristas siguen ignorando este terrible fenómeno que afecta, según expertos a ojo de buen cubero, **a más de 8 de cada 10 seres humanos del Mundo Libre**. Nadie sabe a ciencia cierta cómo se originó ni por qué se ha hecho tan poco esfuerzo en combatir su voraz expansión.

Algunos expertos sitúan la fecha del descubrimiento de la primera cepa venérea en 1492, cuando se empezó a intercambiar esclavos por plata en las Américas, ya que en alguno de esos intercambios del “comercio triangular” se pudo colar o desarrollar por contacto no deseado.

Los síntomas son sencillos: todo empieza con una pequeña compra de artículos que no son de primera ni de segunda (ni de tercera) necesidad

Otros le otorgan más importancia a lo acontecido en 1776, cuando un tal Adam Smith publicaba *La Riqueza de las Naciones*, ayudando y promoviendo lo que por aquel entonces aún pudieron pensar era una infección benigna.

El tema es que ya desde el año de Nuestro Señor de 1989, momento en el que la escasa población que quedaba aislada detrás de un muro de contención en Berlín entró dentro de los cauces del comercio mundial, **el virus zombi del consumismo no tiene problemas para expandirse por todo el Mundo Libre**, ni límites de género, edad o raza. Se contagia por el aire, por las palabras escritas, por las palabras habladas. Los periódicos, los programas políticos, las noticias en televisión, los cuchicheos de la vecina, no hay escapatoria. Uno puede contagiarse por sus cinco sentidos.

Y lo peor no es que no exista cura (hay pequeños colectivos de resistencia cooperativa luchando aquí y allá de forma internacionalista y solidaria con aquellos que han sobrevivido al contagio para ver si es posible desarrollar una vacuna efectiva), sino que, peor aún, **la mayor parte de los afectados no quiere recibir tratamiento** o, sencillamente, ignoran que también están infectados. Al fin y al cabo, la indiferencia hacia los que antes eran sus semejantes es una característica básica en los afectados por el virus zombi del consumismo (a partir de ahora, ViZCo).



Los síntomas son sencillos: todo empieza con una pequeña compra de artículos que no son de primera ni de segunda (ni de tercera) necesidad, lo cual desata los propulsores de serotonina al máximo, pero causando también que poco a poco se vean deteriorados a medida que la persona afectada va llenando su armario de objetos inservibles, muchos de los cuales jamás llega a desembalar jamás. **La producción de adrenalina también desciende de forma inversamente proporcional al consumo**, desarrollando el individuo una tolerancia a la sensación eufórica que en un principio le causaban los artículos que iba adquiriendo, de un modo similar a como se crea la tolerancia a ciertas drogas.

Y por último, la capacidad de raciocinio y el espíritu crítico van mermando a medida que el afectado compra, poseído por una sed insaciable de productos que le proporcionan cada vez menos y menos placer. Rayos catódicos y prensa amarilla empiezan a afectar a los neurotransmisores y el sujeto al poco se convierte en un pelele sin alma que vaga con ojos vidriosos sin objetivo vital aparente. **El paciente deja de actuar como un ser humano libre y finalmente pasa al reino de los no-vivos**, en apariencia igual que cualquier hijo de vecino, pero realmente vacío en el interior.

No obstante, las pulsiones vitales de los afectados por el ViZCo se dispararán ante la inminente llegada de fenómenos como el que viviremos estas semanas, por lo que debemos extremar las precauciones. Con la liberalización de los horarios de los establecimientos comerciales (lo cual destapa que quienes nos gobiernan tienen intereses muy importantes con respecto a la propagación del virus), **llegó a nuestras fronteras el conocido como Black Friday, una pérdida técnica exportada desde uno de los focos de la infección, los EEUU**, que emplea mecanismos que son altamente atractivos para los infectados, tales como luces de colores, escaparates tamaño fachada, maniqués que incitan a perder el apetito y autolesionarse y números de dos cifras rotulados muy grandes junto con el símbolo %.

Llegó a nuestras fronteras el conocido como Black Friday, una pérdida técnica exportada desde uno de los focos de la infección, los EE UU

Otra gala auspiciada por aquellos que guardan oscuros motivos para apoyar la expansión del ViZCo es la Barcelona Shopping Night, que se celebrará el 3 diciembre y que ya va por la sexta edición, escondiendo entre purpurina, dorado y palabras sin significado como “glamour” o “sofisticado”, la ignominiosa intención de hacer crecer el número de afectados por el virus.

Mientras que el Black Friday busca estimular la voracidad dormida de los infectados mediante falsas ofertas y tocomochos de lo más burdo por todas las tiendas del país, la estrategia de la BCN Shopping Night es, si cabe, más abstracta. Consiste en llenar el Passeig de Gracia, una de las arterias principales de la ciudad condal con perfume pachulí y deep house del barato, emanado desde las tiendas, las cuales abrirán en horarios en los que, normalmente, la gente tiene cosas mucho mejores que hacer que irse de compras. Esto es, de bien entrada la madrugada.



Vamos a ver, estaremos de acuerdo en que hay que tener muy poco que hacer como para irse a comprar ropa por la noche, y el abarrotamiento de la calle modernista por antonomasia sólo podría explicarse si estamos de acuerdo en que prácticamente todas las 60 mil personas que la organización se jactó de haber congregado el año pasado estaban afectadas de pies a cabeza por el ViZCo, porque la gente de noche normalmente o bien duerme o sale a bailar, a hacer maldades, a ligar o a olvidar la miserable existencia mundana a la que le han condenado. Considerando que toda la parafernalia de la BCN Shopping Night no esconde ningún tipo de significado oculto y la gente que, **amontonada en imposibles colas que vuelven el aire irrespirable**, va allí única y exclusivamente a comprar, tenemos que deducir que están todas irremediablemente muertas. Guárdense de asistir a estas celebraciones del mundo de los muertos vivos si no quieren verse peligrosamente expuestos al contagio.

Entre los efectos secundarios del virus también se han observado fenómenos que aún son objeto de estudio como el clasismo indisimulado, el sexismo mudo o el fetichismo empaquetado. Pero el ViZCo es peligroso porque además, como zombis sedientos de sangre (no nos olvidemos de que al fin y al cabo se trata de un proceso de zombificación), no vemos como realmente devoramos al prójimo. Es un festejo gore donde las vísceras y la casquería se quedan en Dacca, en Sao Paulo, en Karachi, en Marruecos, en Ghana o en Nigeria. Pero no por que no podamos ver las tripas de nuestras víctimas **el virus resulta menos nocivo o mortal**. De hecho, su gran virtud es que al cegar a aquellos

Compra hoy, mañana podrías estar muerto

Publicado en Periódico Diagonal (<https://www.diagonalperiodico.net>)

afectados por la voracidad insaciable del consumo, les impide ver hasta que forma están devorando a sus prójimos.



Pie de foto:

Asistentes del pasado Black Friday haciendo cola.

Temáticos:

[consumismo](#)

[Ecología](#)

Edición impresa:

Licencia:

[CC-by-SA](#)

Posición Media:

Cuerpo del artículo

Compartir:

Tipo Artículo:

Normal

Autoría:

[Héctor Tomé Mosquera](#)

Formato imagen portada:

grande

Origen noticia:

[a lo loco](#)