Mondragón Espinoza, Blanca Aurora. "Entre la necesidad y el miedo". Identidad Universitaria, México, UAEM, año 1, número 10, julio-septiembre 2020, pp. 5-6, e-ISSN 2448-7651

Entre la necesidad y el miedo

Mondragón Espinoza, Blanca Aurora. Profesora de Tiempo completo en la Universidad Autónoma del Estado de México, adscrita al Instituto de Estudios Sobre la Universidad. Escritora, editora y promotora de cultura. Ha practicado el periodismo cultural y de género en periódicos, revistas y suplementos estatales.

Resumen:
El COVID-19 ha convulsionado nuestros mundos de muchas maneras, la necesidad y el miedo fueron inoculados colectivamente de inicio -y de manera no premeditada– por la información oficial y, posteriormente, por los medios de comunicación que han sido utilizados, entre otras cosas, para la súper comercialización y manipulación tanto de la necesidad como del miedo, dejando falsas expectativas que habrá que erradicar con la reflexión.

Introducción

Época difícil, sin duda alguna, transcurre distinta para cada familia, para cada persona; sin embargo, de que el mundo, nuestros mundos no sólo se han movido, se han convulsionado, es un hecho.

Demasiada tinta, demasiada en realidad, ha corrido desde la primera decena de marzo en que empezó a hacerse público el tema -viral, ahora sí; global, ahora sí– del infelizmente famoso COVID-19. En medio de la violenta avalancha de información de todo tipo, la oficial opacada por los rumores, por las llamadas fake-news, por los inventos de amigos y amigas de nuestras redes sociales, las dudas, nuestra propia ignorancia, surgen dos aspectos naturalmente humanos: la necesidad y el miedo.

Y dentro de estos aspectos me quiero mover: la necesidad y el miedo en algunos tópicos que, dentro de mi propia ochentena -pues para cuarentena ya se le pasó bastante–; todo lo que ha traído y todo lo que se ha llevado. También enfoco esta reflexión en los grupos de chat, messenger y facebook, que son los que visito y en los que se ha colado el tema de la pandemia.


Fotografía de Claudia Velázquez Garduño, Editora

Claro, veo en el teléfono móvil o en la pantalla de la lap top la conferencia de la Subsecretaría de Salud del gobierno de México. Ésas son las fuentes vivas. Y la televisión.

Ahora más que nunca comprendo que el ser humano es social, por más solitario o, incluso, misántropo que alguien se declare, estoy segura de que necesitamos el contacto, si no afectivo, sí en otros sentidos, con los demás.

De modo que, lo primero que nos quitó el COVID-19 fue este contacto; lo limitó o simplemente, para los escépticos, lo advirtió, lo hizo consciente. La reclusión, no voluntaria, en nuestras casas ha ido haciendo olas en nuestro estado de ánimo: a veces arriba, a veces abajo; otras, azotan sin remedio en los propios límites de nuestras rocas o nuestras playas, o en las rocas y en las playas de los demás. Esto es para todos, para quienes viven acompañados y ¡no se diga! para quienes viven solos y no tienen en quien recargar sus olas, tantas veces desbordantes.

Esta obra forma parte del acervo de la Hemeroteca Digital UAEM: http://revistaidentidad.uaemex.mx/

Mondragón Espinoza, Blanca Aurora. "Entre la necesidad y el miedo". Identidad Universitaria, México, UAEM, año 1, número 10, julio-septiembre 2020, pp. 5-6, e-ISSN 2448-7651

Entre la necesidad y el miedo

1. Ante lo desconocido es natural sentir miedo; ante lo desconocido y altamente alarmante, como nos lo hicieron saber y al principio dimensionamos tan poco, el miedo fue mayor.

Lo primero que se manifestó fue una general "necesidad exacerbada" de llenar las despensas hasta rebasarlas. "Necesidad exacerbada" igual a miedo. Miedo a qué va a pasar, miedo por no comprender, miedo a que no alcancen los víveres ni los insumos, miedo al engaño, miedo al desabasto, miedo, miedo, miedo colectivo. A tantos nos tocó presenciar carritos del supermercado llenos a más no poder, otros por el Facebook (en fotos o a través de "memes" y chistes diversos).

Yo hice mis compras normales; de hecho, compro por mes, así que no fue más que lo necesario. Sin embargo, escasearon desde ese momento ciertos productos de limpieza, gel desinfectante y cubrebocas: muchos nos vimos afectados. La tormenta de miedo muy pronto se hizo realidad. Los días pasaron y la viralidad del miedo fue expansiva más allá de una sana necesidad.

2. Independientemente del comercio local que ha estado tratando de conservar sus pequeños o medianos negocios llevando hasta los hogares alimentos o servicios técnicos limitados, sobre todo, en casi perdida competencia con las grandes cadenas de comida o de cualquier cosa que pudiéramos desear o requerir, hablo de las grandes empresas de mercadeo.

El miedo de "baja intensidad", el que se mete en el inconsciente, debajo de la piel, que se dejó ver por los medios, la televisión y radio comerciales o de paga, y la Internet hicieron de las suyas para vender productos, de por sí innecesarios, en estos momentos de crisis dejaban ver su "necesidad imperante". Noté con disgusto la gran cantidad de artículos a domicilio, bajo el rubro "no salgas de casa", nosotros te lo enviamos sin costo extra.

Pulularon los ya consabidos aparatos para ejercicio (ahora que no puedes ir al gimnasio, ¡llévate el gimnasio a casa!); los que prometen que, aunque no hagas ejercicio, tal aparato lo hace por ti: vibra, activa la circulación de la sangre, ¡todo, mientras tú ves televisión!, si no es de tu total satisfacción en 30 días ¡te devolvemos tu dinero!; medias de compresión para activar la circulación, sartenes, ropa interior, sofisticados limpiadores de oxigeno… ¡todo entre voces agudas y otras graves de merolicos posmodernos, quienes repiten una y otra vez, precios, teléfonos, etc!: ¡"si marcas durante los próximos 20 minutos te llevarás no 2 ni 3 ¡sino 5 cacerolas y 3 tapas más"! Etcétera, etcétera y así hasta el cansancio…A los pocos días apagué el televisor.

Pero no sólo de televisión vive el hombre, el ser humano. ¡Cuánta publicidad aumentada en Internet!; tiendas en línea por montones, ya existían pero la agresiva insistencia de generar necesidades ha sido altísima… publicidad que cargó de expectativas a los virtuales asistentes, y no sólo de expectativas materiales, de "tener" cosas, sino de "hacer" o ¡hasta "ser"!; pongo sólo ejemplos, como lo hice arriba: dietas por montones, lo que quiere decir que tras el confinamiento debes salir más delgada o delgado; más los consabidos libros de nutrición que venden, por ejemplo; cursos por montones, hasta el cansancio, lo que quiere decir que tras el confinamiento debes salir más preparado ¡en lo que sea! pero más preparado porque nunca será suficiente; recetas de cocina, lo que quiere decir que en la cuarentena debes aprender a cocinar o, por lo menos, entretenerte; videos introductorios a "gestión de emociones en la cuarentena", "cómo arreglar tus finanzas", "cómo educar a tus hijos en estos tiempos de la pandemia", estudia para "conferencista certificado", universidades de todo tipo… todo esto los cargó de "debes", "deberías" o "¿por qué no haces algo en tu tiempo libre?". Como si fuesen vacaciones.

¡Claro! en algunas ventanas quieres curiosear pero… hay que inscribirse y ¡tantas veces, pagar! La nueva era comercial se ha recalcificado.

Entiendo la necesidad de las personas de hacerse de dinero, sobre todo en esta época difícil en que cada día parece que todo se derrumba, lo entiendo pero… ¿y los usuarios? Los usuarios, que tantos somos, sobre todo si no somos capaces de poner en balanza y dilucidar que se trata de una tela de araña casi de acero de la que será difícil salir, si nos dejamos… Los usuarios, quizá, quedarán llenos de, pseudo-necesidades y expectativas insatisfechas y mucha más frustración de la que ya de por sí nos ha traído el confinamiento.

3. Vuelvo a la introducción y me pregunto: ¿hasta dónde necesidad y hasta dónde miedo?, ¿hasta dónde realidad y hasta dónde… miedo?, ¿hasta cuándo saldremos a las calles a enfrentarnos a una nuevo entorno y hasta dónde miedo?, ¿hasta dónde la necesidad de contacto por llamadas, video-llamadas, video-llamadas-colectivas y hasta dónde el miedo de perdernos en la ficción en la que se ha convertido esta confinada realidad en las cuatro paredes, sea grande o pequeña nuestra casa?, ¿necesidad de contacto o necesidad de saber que sí está pasando, que sí nos está pasando, a ellas, a ellos, a nosotras, a todos, que es real?

¿Hasta dónde, en todo momento la necesidad de información y hasta dónde miedo que lleva a generarla (inventarla) o repetirla "ene-mil veces" a nuestros contactos?, ¿hasta dónde la necesidad y hasta dónde el miedo? De que el COVID-19 ha sucedido, está presente en nuestros días, retumbante, haciendo trizas una "normalidad" en la que vivíamos, ya lo ha hecho, como quiera que haya sido su "aparición" en este mundo nuestro, tan maltratado. Lo que nos quede después… eso sí ya no lo sabemos, sólo la reflexión que, como seres humanos, como seres pensantes, pongamos sobre la mesa de diálogo y discusión.