

Santa Claus: un estereotipo que sí vende

Las tiendas departamentales y de autoservicio se han anclado en personaje que realmente no requiere la marca de producción y ni el origen, basta con exponerlo de múltiples formas, tamaños y dimensiones para enganchar a los hombres que fácilmente son persuadidos por el consumo.

Este personaje que de pronto se encuentra en una sala, en el jardín, en las oficinas, también es un personaje que predomina en las fechas de navidad como un signo clave de la sociedad del consumo: Santa Claus es una imagen mental muy simple y con pocos detalles para su compra.



Detrás de él, existe toda una campaña mercadológica impresionante puesto que hace que los individuos compren la navidad y no la vivan; sus mensajes son precisos y contundentes: ¡encerrar a la navidad en una caja de regalo!; es un estereotipo que exponen el comportamiento del consumista y no del hombre religioso, espiritual y católico.

Santa Claus es un mito constante en las fiestas de diciembre, un arreglo personificado en los hogares, un ídolo que no existe pero que esperan muchos niños; es un cliché que se ha usado en exceso. Su novedad es constante en los tiempos navideños, a tal punto que el hombre ha olvidado la esencia de la navidad, cambiándola por la esencia de la compra-venta, por el placer, por los productos y los servicios.

Las tiendas se abrazan de un personaje superficial, engañan a los niños con los enormes buzones de cartas para el Polo Norte, les convencen con una barba blanca que posa por unos instantes para una fotografía, haciéndoles olvidar que la verdadera esperanza se encuentra en la venida del Niño Jesús y no en un personaje que vuela por unas horas en renos que hablan.

¿Hasta dónde va llegar el hombre que deposita su confianza y su felicidad en la compra e intercambios de productos para festejar una fecha? Regalar algo no es malo en la navidad, pero cuando se convierte en una obsesión de uso y de intercambios gratificantes, siempre quedará un vacío en el corazón humano, pues ese sólo se llena con el amor de Dios.

Santa Claus siempre estará en un escaparate, siempre será un producto más de tantos que ya existen, pero no siempre puede ocupará espacios en el corazón del hombre, porque sólo es materia inerte, momentánea, solo se convierte en utilidad y en ganancia para las grandes y pequeñas cadenas comerciales. Solo se trata de un bien consumible que en estas temporadas hará vender o decorará sitios, pero la paz y la esperanza son asuntos de Dios, nada más.

Por: María Velázquez Dorantes / mary_vd@hotmail.com