



1) Introducción.

En estos días que tanto estamos reflexionando, pensado y cuestionado, un pequeño ensayo que Isabel aporta.

También el escrito que ponemos de Manolo, sobre la humildad, actitud clave, si queremos ir dando pasos en el camino de la contemplación, nos pueden seguir enriqueciendo.

1º.- Consumo y contemplación

Isabel María Pascual. (Del grupo de los lunes)

Un buen día, el primo de una amiga, hombre de negocios de atrevida juventud y buscador empedernido, me dijo: “Tienes que escribir algo sobre el consumo, que voy a publicarlo”. No vi qué relación podría yo tener con el asunto... hasta que vislumbré el título. Me puse manos a la obra y se lo envié. Nunca más se supo; quién sabe porqué.

¿Qué se esperaba que yo dijera? Que el consumo es una manifestación del *progreso* (material), un gran *avance de la civilización* occidental, que pone en movimiento el conjunto de la *economía*, que da la impresión de una deslumbrante *libertad* (de elección entre una enorme variedad) y una embriagadora sensación de *poder* (en cuanto acceso a cualquier bien – material, inmaterial o personal- sin límite). Pero no, no fue esto lo que escribí... ¡No lo hice!

Consumo es una palabra que hace referencia a una de las principales características que definen a las actuales sociedades occidentales. El consumo ni siquiera es el tener, el disfrutar de una propiedad, el sentirse

satisfecho de esa posesión. Consumir no es gozar de un bien; es usar y tirar, para poder consumir de nuevo. Implica un cambio continuo; los objetos pasan y desaparecen sin dejar rastro. Sin embargo, no hay que confundir esto con el desapego de las cosas, pues la atadura al mecanismo es muy sutil. Más bien conlleva gastar innecesariamente y sin parar productos que son ofrecidos como una necesidad, en realidad, ficticia. Supone una producción cada vez de peor calidad (a pesar de las apuestas por la excelencia), para obtenerla de forma más rápida, que cueste menos, se estropee antes (la obsolescencia programada) y se pueda consumir de nuevo. Nada se repara, todo se substituye. Mientras, el medio ambiente sufre por la acumulación de residuos y el agotamiento de los recursos naturales.

¿Cuál es la última tendencia en inversión de las grandes firmas? La financiación al consumo. Y consumo ¿de qué? ¡No importa! Lo imprescindible es que la rueda gire sin cesar y un mayor número de clientes consume. La sociedad de consumo no está formada por personas, ni siquiera por clientes, sino por el número de consumidores. De hecho, para defendernos de sus abusos sólo se nos ha ocurrido asociarnos como “Organización de consumidores”. Incluso cuentan los “potenciales” consumidores, a quienes va dirigida la avalancha de publicidad, el marketing creativo, el verdadero acelerador del engranaje. Todo se concibe en función del consumo. No se trata de sacar de su coerción a los chinos; lo estratégico es que sus miles de millones de habitantes se han transformando en miles de millones de nuevos consumidores.

El consumismo implica una concepción materialista y utilitarista de la vida (también en el único mundo capitalista). Busca aportar la satisfacción a través del tener. No obstante, crea ansiedad por consumir más; o lo que es lo mismo, genera una dependencia y, consecuentemente, ata con cadenas invisibles. ¿Qué produce la sociedad de consumo? Comida basura (*junk food*), telebasura y un tipo de individuo aislado, sin personalidad, ni dominio de sí, débil y manipulable. Hasta hace poco, nada mejor representando que por un *coach potatoe lazzing around*, tirado en el sofá, con los pies sobre la mesa y el mando a distancia en la mano. Hoy en día, un ente que al perder de vista su móvil sufre palpitaciones y angustia.

Entonces, ¿cómo es este ser llamado consumidor? Es alguien centrado en sí mismo (en su ombligo) y sus supuestas necesidades. Cerrado sobre sí en un círculo vicioso, a la búsqueda de un placer inmediato, que le ofrece un contento pasajero o una risa espasmódica. Es un ser extremadamente frágil, porque en el fondo no se siente querido por nadie y busca substitutos, que lo único que le aportan es la ocasión para

sufrir más el abismo de su vacío existencial, eso sí, expuesto sin pudor en *instagram*, en *tweeter* y *facebook*.

Ésta es la normalidad del consumidor, que no para de hacer y hacer, que viaja incesantemente -no importa dónde-, que consume ocio compulsivamente... ¿Es ésta la normalidad a la que queremos volver? ¿Es éste el hogar del corazón al que anhelamos regresar?



Noche con la luna llena de Pascua, 2020

Si hay algo más opuesto al consumo, en términos de incompatibilidad esencial, esto es la contemplación. En ella se busca lo perenne, no lo perecedero; la estabilidad, no la mudanza; el espíritu, no la materia; el ser, no el tener; lo valioso, no lo útil. Mira aportar felicidad entendida como plenitud. El desasimiento de las ataduras materiales genera paz interior y una libertad completa. El Espíritu abre a otra dimensión, saca del ensimismamiento, lanza fuera de sí, al encuentro con el Otro. Mas esto no supone desorientación, sino precisamente el enfoque de toda una vida hacia el sumo bien, la suma belleza. La contemplación va a la búsqueda de lo hondo, por más escondido que se halle; infunde energía y audacia y, al vaciar de cosas, llena de espíritu. Persigue un gozo definitivo; el resto sabe a efímero. Y, a la postre, produce una alegría indecible, que ninguna circunstancia -por adversa que ésta sea- puede arrebatarse.

Un éxtasis que no es alienante de la realidad. Más bien colma los anhelos humanos de forma tan desbordante, que sólo así el corazón tiene caudal suficiente para darse sin límites, no por mérito propio, sino por

sentirse inmensamente amado. O, mejor dicho, por haberse *dejado* amar previamente. Y hay ejemplos tan inolvidables... como aquellas tocayas de Ávila, Lisieux y Calcuta, o los “santos de la puerta de al lado”...

Y si tuviera que concebir cómo conjugar el consumo con la contemplación lo imaginaría conjugándolo de una manera doblemente reflexiva:

- “consumirse” no en auto-inmolación, sino en entrega fecunda, desinteresada, sin medida, por amor a las criaturas y a la creación,
- “consumiéndose” simultáneamente en ansias de ver llegada la hora – con el “loco” de Ramón Llull- en que el amante contemple cara a cara al amado, eternamente desvelado...

Isabel María Pascual (grupo de los lunes)
Madrid, 20 marzo 2020

2º.- Humildad.

P. Manuel J, Fernández Márquez.

Humildad, palabra clave,
aquí y ahora, que expresa
una actitud esencial de la persona.

Humildad, humildad
que esconde en ella
realismo y sencillez,
confianza y buen humor,
paz y encanto contagioso,
aceptación y dolor contenido,
alegría y abandono en el Señor...

Humildad, actitud clave
que entreteje y armoniza
la altura y la profundidad,
lo anecdótico y lo heroico,
lo trágico y lo diario,
el triunfo y el fracaso,
el aplauso y el olvido...



Humildad, aquí, ahora y así,
actitud que sazona
la contrariedad en mis planes,
el dolor en lo cotidiano,
la aceptación en el desaire vacío,
la humillación en los mejores afanes,
la frialdad en la convivencia diaria,
el sinsentido en mis mejores ilusiones...

Humildad calor del corazón
actitud hogareña que interioriza,
que nos acoge a la vuelta del viaje,
que nos acaricia en la frialdad del amigo,
que nos consuela en los planes rotos,
que nos alienta cuando nos vemos sin fuerzas,
que nos besa suavemente el alma
en la soledad, cuando se enfrían las caricias...

Humildad, un sendero escondido,
una puerta a la vida sencilla,
un camino hacia nosotros mismos,
un atajo seguro para encontrar nuestro tesoro,
un misterio de vida y de aliento
que nos llena del Espíritu de Dios,
una luz que nos guía en la oscuridad,
una estrella que nos acaricia con su tenue luz,
un lucero que nos conduce, sin ninguna duda,
hacia la plenitud del Señor...

Del libro "*Seducidos por Dios*"
Manuel J. Fernández Márquez