

La civilización del oro



Antonio Rodríguez Salvador

Somos CHON. O sea, organismos compuestos básicamente por carbono, hidrógeno, oxígeno y nitrógeno. Como estas no son las únicas sustancias que nos conforman, algunos prefieren decir CHONPS, en tanto igual de esenciales para la vida resultan el fósforo y el azufre. Sin embargo, somos resultado de una compleja reacción bioquímica en la que intervienen muchos más elementos. Por ejemplo, sin potasio no podríamos caminar, sin hierro la sangre fuera como agua, y sin calcio no tendríamos huesos.

En fin, la razón de iniciar este artículo con una reflexión "mendeleiana" es porque tal vez parezca mentira, pero durante millones de años pudimos vivir sin oro. ¿Cómo es posible?, cuestionaría el común de los mortales; somos la civilización del oro; cuántas expediciones y fechorías y guerras no se han emprendido por conseguirlo. Y, ciertamente, no por gusto el oro es sinónimo de valor.

Cuando decimos que algo es sumamente caro lo comparamos con él; para subrayar su importancia, baste decir que las mayores reservas mundiales han sido resguardadas celosamente en la base militar de Fort Knox, Kentucky, en refugios a prueba de armas nucleares. Sin embargo, vea usted, ni falta que le hace el oro a la vida.

Claro está, gracias a la ciencia este metal tiene hoy gran utilidad práctica para la salud. Por ejemplo, es usado en rayos láser para avanzados tratamientos de pacientes con cardiopatías o tumores; en las hebras de ADN para el estudio del material genético de las células, y también está presente en termómetros de precisión y en la unión de agentes químicos complejos (como proteínas) para la creación de medicamentos de alta tecnología.

Aun así, sus aplicaciones industriales son mínimas: solo el 10 por ciento de la

extracción mundial se dedica a la esfera productiva; el resto se emplea en fabricar joyas o como reserva monetaria. A pesar de su alta resistencia a la alteración química por el calor, la humedad y la mayoría de los agentes corrosivos, lo cual lo convierte en elemento excepcional para la fabricación de instrumentos de elevada sensibilidad, la mayoría de la veces el oro es incosteable para tales fines: la causa es el alto valor agregado de los productos suntuosos que con él se elaboran.

O sea, por culpa de la vanidad humana, el oro no puede salvar todas las vidas que pudiera. ¿Pero cómo ese mineral llegó a convertirse en mito? Bueno, para ahorrarme una larga historia —en la que sería forzoso abundar sobre arduos temas de la psicología social—, les cuento una anécdota más cercana.

Hace unos días escuché por casualidad una conversación entre dos jóvenes. Uno decía al otro: "Caramba, el celular de Fulanito está 'escapao'. No es como el mío, que no tiene Android, y solo sirve para hablar y pasar mensajes. Fíjate, aquel tiene GPS, calcula las coordenadas geográficas, y también mide la intensidad de un sismo". Yo me quedé perplejo: Caramba, ¿para qué ese muchacho querrá tales aplicaciones, si en Jatibonico todo está cerca, nadie se pierde y jamás ha ocurrido un sismo? Además, ¿a quién se le ocurre mirar a un teléfono cuando tiembla la tierra?

La respuesta es porque, para ese muchacho, el celular de Fulanito no es un teléfono, sino un símbolo de estatus social. De este modo, el aparato deja de representar la función utilitaria para la cual fue creado y se convierte en una suerte de amuleto capaz de aumentar el nivel de aprobación social del poseedor. El razonamiento es simple: si alguien tiene un producto exclusivo, es porque esa persona debe ser exclusiva.

En fin, lo mismo ha pasado con el oro. Mucho más que un metal, hoy es símbolo de poder. Por eso algunas personas se cargan de grandes cadenas y gruesos anillos, pues, de ese modo, pretenden mostrar lo valiosas que son. Naturalmente, el carácter especial de una persona no lo determina un teléfono, ni un artículo de marca ni un colgante de oro, sino determinados atributos y valores personales; pero ya sabemos: los humanos no solo somos

compuestos orgánicos, sino también seres sociales, de modo que aparte de los ingredientes del cuerpo, también nos resultan esenciales los productos de la mente, incluidos sus fantasmas.

Durante millones de años hemos desarrollado una capacidad simbólica que trasciende la materia; con la imaginación somos capaces de traer a la realidad lo inexistente, dotar de otras propiedades a las cosas, y así, mediante

esta asombrosa facultad de idealizar, convertimos el oro en un fetiche. Más aún, le otorgamos un carácter divino. No exagero. Desde la antigüedad muchos presumieron que ese era el metal preferido de Dios.

Recordemos que en el medioevo no solo muchos creyeron que comer en plato de oro prolongaba y hacía más sana la vida, sino que también era una eficaz medicina. Ante ciertas enfermedades los facultativos solían prescribir la ingestión de oro en polvo. Este tratamiento, por supuesto, se recetaba a los más ricos; a los de menos recursos se les aplicaban variantes más económicas. El método común para estos últimos era como sigue: se daba de comer un pedacito de oro a una gallina, y cuando se suponía que esta ya hubiera asimilado los "efluvios áureos", entonces se hacía una sopa con ella y se le administraba al enfermo. Como el lector suspicaz habrá imaginado, había que estar pendiente a las deposiciones del ave.

Durante el Renacimiento, el color oro en el escudo de armas era considerado el más noble de todos, y por tal razón simbolizaba pureza, amor, alegría, santidad, esplendor, sabiduría... Sin embargo, hoy el oro, sobre todo, significa valor material; ha perdido su halo romántico y mayormente se le identifica con el dinero.

De modo que si en la calle topamos con alguien que va forrado en oro: grandes cadenas y gruesos anillos, ya no vienen a la mente valores espirituales ni acaso referencias nobles, sino la impresión de que esa persona va gritando a todo pulmón: "¡Yo tengo dinero!, ¡Tengo mucho dinero!". Algo que, aparte de pedante y presumido, parece un tanto ridículo.

*Poeta, narrador, dramaturgo y ensayista



Caribe en HD

Suponiendo que las tiendas recaudadoras de divisa de Cuba accedieran a dar el dato, la cifra de televisores híbridos y cajas decodificadoras de alta definición (las llamadas cajitas HD) que han vendido vendría a configurar el público meta del nuevo canal Caribe que la televisión cubana inauguró el pasado 14 de marzo.

El canal ha sido promocionado por sus realizadores como una opción audiovisual informativa acorde con los más contemporáneos estándares de la televisión internacional, de excelente empaque y con rostros jóvenes

frente a cámara; un elogio que, mírese por donde se mire, es más bien una crítica a los programas informativos que hoy el mismo ICRT le ofrece al cubano sin cajita HD, que es, a no dudarlo, la inmensa mayoría.

Comprendo el salto tecnológico que implica la salida del canal únicamente por la señal digital de alta resolución; comprendo también la mal disimulada propaganda que Caribe le hace a las cajas decodificadoras más caras que venden las *shoppings*, una campaña que ya deberían rematar de una buena vez con el eslogan:

"Si quiere en el futuro ver la TV, compre solo cajitas HD".

Porque, vamos a ver, si me venden el canal Caribe como lo último, si me dicen que allí se están ensayando las nuevas tendencias de la prensa televisiva, ¿no me están diciendo también que los noticieros "todos-tenemos" de la frecuencia analógica no son lo que deberían ser? ¿Que si quiero ver programación informativa como cualquier ciudadano del mundo tengo que pagar por un dispositivo cuyo precio triplica mi salario del mes?

Debe ser que la euforia por el

canal de estreno pudo más que el sentido común, pero resulta cuando menos molesto que directivos y especialistas del ICRT hayan explicado las "novedades" de Caribe —información en contexto, debate sobre la realidad nacional e internacional, visualidad atractiva— como si se tratara de una exclusividad y no de lo que ya el televidente merecía desde mucho, muchísimo antes.

Me indigna la tranquilidad con que se le dice al cubano que sus espacios informativos son de cuarta y que, en lugar de invertir el escaso presupuesto en mejorar esos espacios, que

tampoco son tantos que se atropellan, se decide abrir un nuevo canal que, sin embargo, no estará disponible para todos.

Estará disponible solo para aquellos que hayan podido comprar televisores híbridos o, en su defecto, un tipo de caja decodificadora que ronda los 50 CUC. O sea, los 1 250 pesos. Habrá que esperar por las cifras de TRD y Cimex para saber cuántos verán Caribe, exactamente.



Gisselle Morales Rodríguez