

de la pluralidad de valores. La publicidad destruye la pluralidad no sólo porque hace intercambiables a los valores sino porque les aplica a todos el común denominador del precio. En esta desvalorización universal consiste, esencialmente, el complaciente nihilismo de las sociedades contemporáneas. Banal nihilismo de la publicidad: exactamente lo contrario de lo que temía Dostoiewski. Decir que todo está permitido porque Dios no existe, es una afirmación trágica, desesperada; reducir todos los valores a un signo de compra-venta es una degradación. Los medios tratan a las ideas, a las opiniones y a las personas como noticias y a éstas como productos comerciales. Nada menos democrático y nada más infiel al proyecto original del liberalismo que la ovejana igualdad de gustos, aficiones, antipatías, ideas y prejuicios de las masas contemporáneas. Nuestras abuelas repetían interminables *ave-ma-rí-as*; nuestras hijas, *slogans* comerciales. El mundo moderno comenzó cuando el individuo se separó de su casa, su familia y su fe para lanzarse a la aventura, en busca de otras tierras o de sí mismo: hoy se acaba en un conformismo universal.

La democracia moderna no está amenazada por ningún enemigo externo sino por sus males íntimos. Venció al comunismo pero no ha podido vencerse a sí

misma. Sus males son el resultado de la contradicción que la habita desde su nacimiento: la oposición entre la libertad y la fraternidad. A esta dualidad en el dominio social corresponde, en la esfera de las ideas y las creencias, la oposición entre lo relativo y lo absoluto. Desde el comienzo de la modernidad esta cuestión ha desvelado a nuestros filósofos y pensadores; también a nuestros poetas y novelistas. La literatura moderna no es sino la inmensa crónica de la historia de la escisión de los hombres: su caída en el espejo de la identidad o en el despeñadero de la pluralidad. ¿Qué nos pueden ofrecer hoy el arte y la literatura? No un remedio ni una receta sino una herencia por rescatar, un camino abandonado que debemos volver a caminar. El arte y la literatura del pasado inmediato fueron rebeldes; debemos recobrar la capacidad de decir *no*, reanudar la crítica de nuestras sociedades satisfechas y adormecidas, despertar a las conciencias anestesiadas por la publicidad. Los poetas, los novelistas y los pensadores no son profetas ni conocen la figura del porvenir pero muchos de ellos han descendido al fondo del hombre. Allí, en ese fondo, está el secreto de la resurrección. Hay que desenterrarlo. ◀

México, 16 de Octubre de 1991.
[VUELTA NÚM. 184, 1992]

POLLERÍA

LUIS IGNACIO HELGUERA

Gallos jóvenes, tenores imberbes aglutinados como huevos revueltos. O bien, como un maizal cruento después de una pelea de gallineros. Y ahora, sólo la convivencia forzada —casi dulce, casi solidaria— de los cadáveres. Galería confusa de gestos definitivos. Plumas colátiles sobre el brazo velludo y enérgico del pollero. Un pico largo, aquel pedazo de cresta, medio ojo seco, ese buche, esta pata tiesa, aquella cola implume, conformarían, todavía quizás, la estampa mínima de un gallo de apuestas derrotado.

—¿Cómo la va' querer, Doña: así de pieza limpia o con huesos pa' consomé?

Velorio soleado, concurrido, animado; con oraciones fúnebres sobre la calidad excelente de los difuntos; con moscas, ventilador eléctrico y sangrienta imagen religiosa a lo alto.

Granja herida. Canto de amanecer asesinado. "Quiquiriqui" ahogado bajo una "pechuga aplastada".

[VUELTA NÚM. 130, 1987]