

Fidelizar

Es éste un vocablo de la publicidad. Se refiere a la necesidad de vincular y mantener a los clientes. Los publicistas se dieron cuenta de que estaban cayendo en una cierta contradicción. Excitar las apetencias de los clientes, estimular constantemente las nuevas impresiones y experiencias de los clientes, les conduce a cambiar constantemente de marcas y productos. La publicidad se vuelve entonces contra los intereses del quienes han creado el deseo.



Se trata de una evolución curiosa y significativa. La fidelidad a la marca vuelve a ser un valor recomendable. El círculo de la excitación y multiplicación de los deseos se cierra en la recomendación de la fidelidad.

En este contexto de multiplicación de los deseos, la sociedad de consumo ha logrado fragilizar las relaciones humanas. A los que empiezan una relación, sea conyugal, sea de amistad, de alianza religiosa, les asusta muchísimo la posible monotonía; tienen miedo a privarse de vivir experiencias y sensaciones. No se pueden imaginar una vida vinculada y limitada. Les produce pánico. Por eso rehuyen los compromisos a largo plazo. No quieren oír hablar de “amores eternos”. Prefieren estar siempre dispuestos a experimentar nuevas aventuras, nuevas relaciones. Les resulta insoportable una vida sin cambios. Por eso se separan muchas parejas. No están en crisis propiamente. No soportan las limitaciones y rutinas de la vida cotidiana. Y ni siquiera se plantean que puede haber un esfuerzo de renovación; que la fascinación del comienzo sigue estando ahí como un punto de partida; como un regalo; como un proyecto vital. Ante la monotonía, se corta la relación. Y a soñar en otra relación gratificante, pero sin esfuerzo.

Este es uno de los efectos perversos de la sociedad de la apetencia y del capricho. La excitación y multiplicación de los deseos hace que se soporte muy mal la frustración. Hace difícil el aplazamiento de la satisfacción. Devalúa el trabajo y el esfuerzo. No hay tiempo ni paciencia para los proyectos de amor. Si, por otra parte, las leyes de divorcio facilitan al máximo las rupturas... tenemos la situación actual de inestabilidad. La relación conyugal en la que puede vivirse la máxima felicidad interpersonal, se convierte, para muchos, en una gran decepción y fracaso. ¿Quién es responsable del

dolor y las heridas de la separación? ¿En qué queda el artículo 16,3 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos: “La familia es el elemento natural y fundamental de la sociedad y tiene derecho a la protección de la sociedad y del Estado”? ¿Quién protege el amor conyugal en nuestra sociedad? ¿Quién la trivializa?

Bonifacio Fernández, cmf

Publicado en Ciudad Redonda

www.ciudadredonda.org/articulo/fidelizar