

La Fiebre del Comprador

* * *

225
25/10/56

En todas las ocasiones en que he viajado he sido cogido, a pesar de mi consciente y voluntaria resistencia a ser víctima del mal, por lo que puede llamarse "la fiebre del comprador". A la postre, sucumbo a ella. El proceso de la dolencia es sencillo. En cuanto la nave —y es posible decir lo mismo de cualquier otro vehículo que transporte forasteros de un punto cualquiera a otro —toca un puerto, los pasajeros descienden apresuradamente, no sólo a estirar las piernas y a conocer el nuevo lugar de arribo, sino sobre todo a adquirir en los mercados y en las tiendas una variedad de objetos y prendas, de la cual un gran número es de dudosa utilidad.

Al cabo de la jornada se produce la competencia de la comparación. ¿Hizo mejor negocio el que compró un encendedor laqueado o el que adquirió un par de pantuflas de paja tejida? ¿Fue más hábil el que logró una camisa de seda floreada o el que se hizo dueño de un frasco de perfume francés? El botín de esta extraña campaña está sobre el tapete, y unos y otros exponen sus conquistas con orgullo triunfante. Haber ahorrado unos centavos, es haber sido más inteligente, aunque esos centavos se hayan perdido en alguna otra chuchería.

La "fiebre" tiene un aspecto singular: el que se inclina a buscar los "souvenirs" locales. Un muñequito de madera, una bufanda con estampados típicos, una sortija de material exótico, un recuerdo pintoresco de cualquier índole, es aquí un trofeo. En los hogares, una vez olvidado el viaje, tales trebejos son relegados para siempre y se ofrecen como cosas sin valor, que los niños, afortunadamente, destruyen en sus juegos. El secreto de esta manía tal vez pueda determinarlo la psicología. ¿No se trata, en realidad, de retener para siempre el instante de placer que proporciona el viaje? Se me ocurre que viajando se ansía cosificar el tiempo, hacerlo materia concreta.

Recuerdo, a propósito, una anécdota. Cierta amiga turista visitaba la Feria de Huancayo. Compraba furiosamente lanas, mates, platería, pieles, todo lo que el artesano quechua fabrica en sus sencillos talleres. Para cada mercadería tenía una frase de exacerbado elogio. Un día regresó al hotel, luego de una de las giras que hacía diariamente poseída por la "fiebre", con un par de zapatos. "Miren —les dijo a sus amigos—, miren qué ingenio el de los indios. Para sus trabajos, para sus esfuerzos, para sus largas caminatas, han creado estos zapatos macizos, reforzados, rudos y funcionales..." Al mostrarlos, se produjo una carcajada general. Eran, nada menos, que zapatos de fútbol, de los que se usan en todas partes del mundo.

Procuro no caer en las garras del mal —he dicho—, pero caigo. Uno cuida juiciosamente sus dólares porque sabe que su subsistencia depende de esos preciados billetes. Recorre un pueblo o una ciudad con ánimo de ver y aprender. De pronto, entra a una tienda, únicamente a mirar. Y de ella, sin saber cómo, sale con un paquete. ¿Qué es? Cualquier tontería. Si comprar durante un viaje no es una infección, ¿qué diablos haré con este ridículo gorrito panameño que, por supuesto, no me pondré jamás? No sé. Lo único real y positivo es que la mayoría de los comerciantes vive de este frenesí y, quizás, misteriosamente, lo provocan.

Cartagena, octubre, 1956.

Sebastián Salazar Bondy