

# Fantasías y fantasmas

## Compramos fantasía, nos venden mentiras

José Luis Trasobares

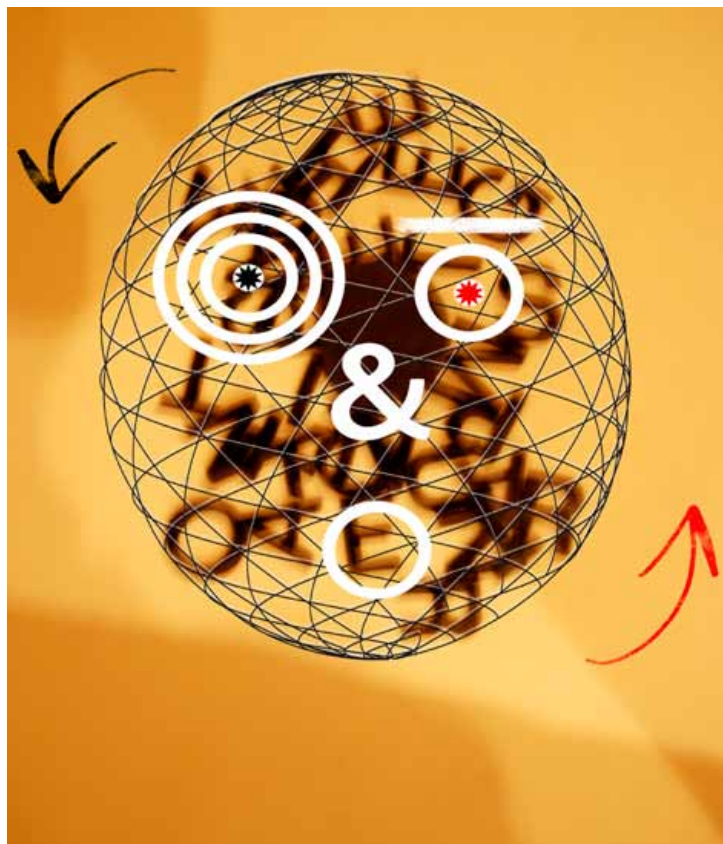


Ilustración: Gofar

“ Estamos listos para que el ordenador acabe por abducirnos completamente. ”

Sobre la acera del Paseo de la Independencia, los mupis exhiben a una sinuosa Beyonce enfundada en vestidos playeros y bikinis de H&M. Hace apenas unos meses era Kate Moss la que mostraba vestidos de fiesta, abrigo y jackets de Mango. Ropa low cost con pretensiones fashion. Una ingenua pero eficaz estrategia publicitaria que ha tenido sus equivalencias masculinas a cargo de Andrés Velencoso o George Clooney. Comprar esas prendas que han lucido las estrellas viene a ser una forma de compartir la fama, el cosmopolitismo, el lujo. La ilusión se extiende a una variadísima gama

de productos de consumo que van desde algo tan etéreo como los perfumes o los cosméticos a objetos tan tangibles como los automóviles o las bebidas alcohólicas. Se configuran imágenes asociadas a los valores (o antivalores, según se vea) ansiados por las nuevas masas, se crea el marco de lo que solemos denominar realidad percibida. Y a uno no le queda otro remedio que recordar esa secuencia de “Matrix”, en la que un traidor al grupo de resistentes antimáquina en el que se ha integrado Neo, el protagonista, pide como recompensa que le fabriquen en el mundo artificial de la ficción informática una vida de éxito y placer. “Ya sé que es mentira —dice mientras saborea un jugoso entrecot virtual—... ¡Pero sabe de miedo!”. Porque la fantasía digital va a ser la gran madre de todas las fantasías. Sólo que ésta no es (no

puede serlo) una fantasía apreciable, tangible y satisfactoria, sino una elaborada mentira. Cuando Marx escribía sobre alienación desde la superestructura todavía pensaba en púlpitos y tribunas; no imaginaba el poder de una pantalla de plasma high tech.

A mis jóvenes vecinas no les queda tan bien el mismo minivestido negro cubierto de lentejuelas que la Moss mostraba en los anuncios con la más turbadora de las elegancias. Ni la propia top model quedaría satisfecha con el atuendo si hubiese de ponerse uno extraído sin más del estante de la tienda, acabase de salir de trabajar de cajera en un super y tuviera que vérselo directamente en el espejo sin la intermediación de la fotografía artística. Kate no es la Kate adorable (a la que uno perdonaría cualquier pecado) hasta que no ha salido de

la sala de maquillaje para ponerse bajo una iluminación perfectamente estudiada y ser acariciada por los objetivos de sofisticadas cámaras, antes, por supuesto, de pasar a un nivel superior de producción en el que cada detalle es perfilado cuidadosamente mediante programas de tratamiento de imagen. ¿La ropa? Pues claro, también ha sido preparada ad hoc para encajarla en la magnífica percha de nuestra heroína. Kate Moss, como cualquier otra reina de las pasarelas y los posados, además de ser hermosa y superfotogénica forma parte de una postindustria que produce sueños y arquetipos por el procedimiento de hermosear personajes, y situaciones hasta sacarlos fuera de cualquier realidad real tras asociarlos a determinados objetos. Allí cabe todo: noches de juerga, papelines de farlopa, alusiones sexuales de alto voltaje, dinero en grandísimas cantidades, locuras, adicciones... Nada puede escapar al inevitable resultado final, la promesa de una fantástica felicidad comprada a precios asequibles (o a precios escandalosos). El vestidito negro, fabricado en un asqueroso taller de Bangla Desh donde las trabajadoras se juegan la vida cada minuto, promete belleza, conquista, sensaciones, placeres y todo lo que cabe vincular a un proceso de comercialización obviamente manipulador.

Estamos listos para que el ordenador acabe por abducirnos completamente. Los avances sobre futuras generaciones de productos informáticos avisan de que vamos directos hacia fantasías tridimensionales de alta definición e interactivas. Las películas evolucionan y se convierten en juegos (o viceversa). Las vidas paralelas están al alcance de la mano. No será preciso acceder a quién sabe qué dimensiones, sino comprar los artilugios correspondientes y

apretar el botón del círculo y la línea: on. Accederemos a cursos on line, instrucciones para preparar un coche bomba, reclamos ideológicos extremos, predicadores, sacerdotisas, delirios porno, lugares que visitaremos a través de ventanas electrónicas aunque se encuentren a miles de kilómetros, paisajes inventados que no existen ni existirán o aventuras diseñadas por imaginativos guionistas. Y cuando ya no dependamos estrictamente de la pantalla sino que podamos movernos entre hologramas... ¡Ah!, entonces nuestras humildes habitaciones se llenarán de acción y pasión y quizás muchos de nosotros acabemos por cortar los últimos hilos con la sucia verdad de nuestras respectivas existencias para encerrarnos a solas con la fantasía sin querer salir ya de entre sus dulces brazos.

## “ Acabada la Edad Contemporánea, el impulso revolucionario superará los escudos antivírus y volverá a las calles. ”

Ahora llega ya el momento de aclarar que, si todo lo anterior se ve con los ojos de un observador llegado desde la pasada modernidad, de alguien que todavía lee libros y diarios de papel o sube montañas por su propio pie para admirar el paisaje desde la cumbre, es lógico llegar a un diagnóstico más que previsible: nos están construyendo un futuro de mentira. Para ello combinarán una tecnología capaz de trucar cualquier proceso cognitivo, una postindustria muy compleja que hace del consumo un fenómeno global y total y, para rematar la faena, una situación socioeconómica encaminada sin remedio al desequilibrio, la injusticia y el autoritarismo. El resultado no podrá ser sino el establecimiento

de mecanismos de control a escala planetaria al lado de los cuales cualquier construcción religiosa o ideológica anterior será un simple juego de aprendices de brujo.

Salvo... Salvo que, como toda obra humana, la fantasía-mentira que ya cae sobre nosotros tendrá fisuras, fallos y resquicios por los que se colarán aquellos otros que desearán ponerle a la aventura el inimitable sabor de lo auténtico. Riesgo sin red. Peligro sin garantías. El universo digital, manejado hoy por auténticos monopolios (¿qué otra cosa son Microsoft o Google?), permanece abierto las veinticuatro horas al conocimiento real, a las ideas, a la contestación, a la creación artística convencional, a los libelos, a la ciberresistencia, a la rebelión a través de los mismos algoritmos, a la promoción de un mundo y una vida controlada por los individuos, uno a uno y como integrantes de colectivos conscientes de su existencia y su fuerza. Acabada la Edad Contemporánea, el impulso revolucionario superará los escudos antivírus y volverá a las calles. Sin 3D ni hologramas, recuperando las inigualables sensaciones físicas: adrenalina en la sangre, sudor y caricias sobre la piel, solidaridad, empatía, conciencia, voluntad, miedo y valor, gritos emitidos por gargantas humanas y la sensación única de saber que la fantasía y el futuro pertenecen a las mayorías. Internet no es el demonio sino una herramienta. ¿Acaso la imprenta no sirvió simultáneamente para publicar las tesis de Lutero y proclamar los autos de fe de la Inquisición?

Sí, llegaremos a Matrix. Aunque, bueno, aquélla estaba llamada a ser una gran película antes de que los responsables de efectos especiales se volvieran locos y convirtiesen un relato repleto de implicaciones filosóficas y consecuencias sociopolíticas en un mero espectáculo visual. Por esa vez, la mentira ganó la partida.