

Capítulo V

MEDIANOCHE EN TANNA

El viaje es tan antiguo como la humanidad y ha constituido, junto con el agua, el fuego y las estaciones del año, una de las grandes metáforas de todas las civilizaciones. Los pioneros del turismo contemporáneo apostamos además por el viaje como fundamental magnitud económica.

Manuel Fraga Iribarne

V.1. Hay en los Mares del Sur gentes que adoran a los aviones de carga...

Ethos cargoísta es aquel en el que las mercancías novedosas y los logros extraordinarios de la tecnología moderna tal y como se manifiestan en la forma de nuevos productos y maquinarias (incluidas las máquinas monetarias), se alzan como finalidad primordial de todo logro humano atestiguable, y toman cada vez mayor preponderancia como los principales indicadores de la vitalidad o fecundidad biocósmica que tan crucial es para el mundo de las sociedades tradicionales.¹

La marea gris-cognitivo que se extiende desde Washington a La Meca, está llegando a Tanna, la isla que era toda la Tierra. Qué bien. La prórroga y los penaltis de la serie de conferencias diplomáticas conocida como ‘Ronda de Doha’, empantanada actualmente en sus pantallas de ordeñador de ustedes bajo patrocinio de la Organización Mundial del Comercio (OMC)², coronarán al *Star Trek economist* en el trono de Prometeo.

«No habían disponibles metáforas adecuadas para hablar del mundo que él se imaginaba y estaba tratando de capturar, un mundo en el que esperaba que la humanidad pudiera seguir descubriendo nuevos misterios dentro de mil años. Para sí mismo, para recordarse hacia dónde quería viajar, lo que hacía ocasionalmente Romer [Paul M. Romer, profesor de economía en Chicago, Rochester y Stanford] era considerar la visión del crecimiento económico que tenían los guionistas de la popular serie de televisión *Star Trek*, que hablaban de cómo sería el mundo en un futuro distante en el que las naciones se alzarán y caerán pero las especies siguieran innovando y expandiéndose por el espacio exterior si no para toda la eternidad al menos sí durante un buen período milenarico.»³

Nadie resiste ya el avance imparabile de la marea gris-cognitivo: la ciencia jabonosa americana (Wittgenstein), el *ScienceMart*TM, estricta religión puritana con sede eclesiástica remozada en la *new computerized-commercialized research university*⁴ que ha dado al mundo los más magníficos «colgados de Jesús» (*Jesus' freaks*), desde Joseph Smith, el profeta mormón del siglo XIX, a Charles Sanders Peirce, el filósofo amoroso del azar cósmico, o a Claude Vorhilon, el profeta Rael de la iglesia científica de los clones alienígenas de Montreal. Nadie resiste ya. ¿Nadie? No, resta aún un último competidor en pie contra el cáncer de médula del Imperio.

Se trata, claro está, del gran gilipollas internacional: el turista. Vivito y coleando –¡y cómo colea, eh, señores accionistas de Lonely Planet!– el más vulgar de todos los visitantes ordinarios que en la historia han sido pasea su estúpida sonrisa mochilera de monumento en altar y de playa en montaña, desde Torremolinos a Bali. Para espanto de los apocalípticos de la bomba y el imperialismo de ciencia-ficción. Y tanto es que colea, que hasta los más sofisticados ejercicios de evaluación econométrica de la viabilidad a largo plazo de los modelos nacionales de crecimiento económico a motor turístico frente a modelos alternativos de crecimiento a motor tecnocientífico dan respuesta positiva.⁵ El calculo del parámetro microeconómico fundamental sobre el que giran este tipo de test econométricos, la llamada “elasticidad de sustitución de la demanda de servicios turísticos con respecto a la demanda de bienes manufacturados”, arroja un resultado de signo (positivo) y magnitud suficientes para preservar el equilibrio dinámico en un sistema económico abreviado donde un sector industrial de alta productividad (nuevas tecnologías) coexiste con otro de baja (servicios turísticos). En un escenario de juguete como éste, el hipotético estancamiento natural de la productividad del *camariere* del Bar Solona estaría más que compensado, en un futuro –¡y un pasado!– indefinidamente lejanos extrapolados a partir de una muestra estadística que cubre un período reciente de 17 años (entre 1972 y 1995) en la vida de 13 países ‘industrializados’, por el crecimiento imparable de peticiones de reserva de mesa (“En la terraza, si puede ser”) por parte de los reventados de la telepantalla, ricachones a sueldo de SuperHighTech World Incorporated. Moraleja: a la larga, aunque no a la corta, las actividades de baja productividad (servir mesas) producen tantos ingresos como las de alta (liderar proyectos de I+D).⁶ Elemental, querido Watson. ¡Si la mayor parte de las ayudas presupuestarias a proyectos universitarios de investigación se dedica a cubrir los gastos de desplazamiento, alojamiento y manutención que requiere la asistencia constante de los investigadores a congresos científicos que se celebran, invariablemente, en destinos turísticos internacionales de alto rango! Los más listos de la clase de los que no necesitan ir a clase paren constantemente ideas y acciones originales cuyo sentido es sortear esta divisoria analítica tan artificial.⁷

Aunque el origen sincrético de los movimiento cargoísticos suele ser explicado por los antropólogos e historiadores de las religiones como resultado de fenómenos de contacto

religioso protagonizados por la cristiandad occidental moderna injertada, en un contexto preferente de dominación colonial, sobre una base de paganismos étnicos premodernos no occidentales, no es menos cierto que la historia de contactos, negociación y sometimiento entre la emergente iglesia medieval y los cultos paganos de las zonas rurales tradicionales del subcontinente europeo es igualmente rica en ejemplos cargoísticos. Siendo uno de los más notables el de los tan repetidos como fallidos intentos de colonización espiritual, avalados algunos por las más ilustres plumas patrísticas, del utilitarismo materialista que es propio de los ritos de fertilidad y renovación agrícola que acompañaban por toda la ribera mediterránea las celebraciones campesinas del solsticio de verano, la santoralmente rebautizada Noche de San Juan. Al Norte y al Sur, al Este y al Oeste, desde Tarifa a Beirut, desde Trento a Trípoli, los jóvenes saltan hogueras para matar el estío, saludar a las vacaciones y decirle al sol que haga llover “curritos” y “bolitos” sobre sus cotos de botellón. Y para pasárselo bien, directamente. Una antigua leyenda sarda narra la competición entre San Juan Bautista y el propio Jesucristo, en la que el santo le habría pedido a su señor que hiciese llover del cielo monedas el día de su fiesta, instaurada la noche del 24 al 25 de junio, solsticio de verano. Su Señor se habría negado aduciendo que «entonces los hombres celebrarían y desearían mucho más tu fiesta que la mía.»⁸ Según la exégesis de esta leyenda que ofrece el profesor Lanternari, «aquel “hacer llover monedas del cielo”» es un momento de religiosidad ‘primitiva’ inaceptable para la Iglesia por cuanto revela, lejos de toda metáfora, el concepto utilitario donde se origina el impulso religioso que mueve a aquellos grupos sociales que, por condiciones históricas cambiantes directas o remotas, se hallan expuestos a las fuerzas hostiles del ambiente, de las cosas y de los hombres.»⁹

La inflación, aclaraba el poeta, es eso que les ocurre a los precios cuando a «los pobres», léase también a «las masas», les da por comprar jamón ibérico.¹⁰ O, para el caso, vehículos automóviles, Internet de banda ancha, vuelos transoceánicos, burofaxes de materia... La inflación es la gasolina del motor del crecimiento de la riqueza a escala de la geografía y de la historia; la palanca que mueve hacia el futuro el nivel de vida de las masas consumistas, los pobres de antaño. De suerte que, por ejemplo, un episodio tan claramente geográfico aunque no tan claramente histórico como la demolición mediática del negocio de Air Madrid –quiebra técnica que estableciera un límite provisional a la competitividad empresarial en el mercado internacional del transporte

aéreo intercontinental¹¹ vindicando de paso la recomendación juiciosa de la vieja-nueva ilustración europea –«La época de los viajes baratos debiera acabarse, al igual que la de comer cerezas todo el año, como si no hubiera estaciones»¹²– se experimenta al mismo tiempo, en cualquier punto local del tejido sin costuras de la máquina económica generalizada, como un *contratiempo*. Aún a pesar de no haber leído a Braudel o a Wallerstein sobre el “Sistema mundial” más que tres o cuatro colgados universitarios, los abstractos vaivenes de la *productividad media* del ciudadano de los sistemas sociales que se quieren planetarios disponen ya de estrictos correlatos en la experiencia cotidiana o “mundo de la vida”. «En este modelo de negocio, es imposible competir», sentencia el directivo de la competencia.¹³ «Tenemos que parar de creer que distancia es igual a felicidad, que la belleza es proporcional a la lejanía», recomienda, por tanto, un influyente líder ecologista francés.¹⁴ “Menuda putada lo de Air Madrid, ¿no?”, se queja la masa consumista, la pobrecita. «Las claves del negocio del bajo coste [en vuelos de larga duración] son fundamentalmente el uso de flotas muy homogéneas (con sólo uno o dos modelos de aviones para reducir los costes de mantenimiento y de formación de las tripulaciones) y una utilización exhaustiva de las aeronaves: “Nosotros hacemos siete operaciones diarias por avión frente a cinco de Iberia [la compañía aérea tradicional de coste ‘regular’], pero ese uso intensivo del capital es imposible en el largo recorrido”, explica Muñoz. [...] Ese rendimiento se logra con la reducción al mínimo del tiempo que el avión permanece en tierra entre un aterrizaje y el siguiente despegue: entre 30 y 45 minutos. Obviamente con vuelos de 12 horas el ahorro de tiempos es difícil y más, comenta Muñoz, cuando los precios que ofertaba Air Madrid *no se alejaban demasiado* de los de Iberia, en muchos casos.»¹⁵ “Ya ni vuelos de fin de semana al otro lado del océano, ni cerezas en agosto, ni hacer los deberes por las noches, ni agua caliente en invierno... Se acabó lo que se daba”, vuelve a lamentarse el coro de los feos.

* * *

No existe religión en las islas Fidji, afirmaba el etnólogo A.M. Hocart, contemporáneo de Freud. Sólo un sistema que en Europa se ha dividido en religión y negocios.¹⁶ Las religiones del cargo originarias de la Melanesia nos enseñan que la economía como tal –la racionalidad inversora, la eficiencia innovadora y el crecimiento equilibrado de la productividad tal como los definen economistas, administradores públicos y

empresarios privados– nunca ha existido en realidad y no hay lugar para ella en este mundo terrero. Aquí no hay nada más que dinero y teatro, religión y arte. Ritos mágicos de adoración de cargueros extra-terrestres, extra-navales y extra-aéreos: ceremonias litúrgicas en las que, desde el escenario monumental de una catedral aeroportuaria de cartón piedra con pista de aterrizaje y torre de control por radio cableada de bambú, se invoca a los dioses para que hagan crecer dinero en los árboles. Construimos por doquier, en Toledo, en Mallorca, en Tenerife, en Torremolinos, en Cancún, en Bali, en Nueva York, señuelos de cine y decorados arquitectónicos *guarritech* («Bancos móviles con ruedas de bicicleta, pintura reflectante como la utilizada en las carreteras, luz “divina”, paredes de color verde pistacho, una alfombra de fieltro llegada de Nueva York... Un grupo de jóvenes y audaces arquitectos ha remodelado con las ideas más vanguardistas la Casa Sacerdotal Diocesana de Plasencia»¹⁷) para tratar de atraer hacia nuestra porción de terreno naves correo que suponemos repletas de contenedores de acero donde se amontonan cajas de fósforos, ingenios de televisión, lavavajillas, *ipods*, hornos microondas, neveras de parafina, consolas de videojuegos, pilas para linternas y embriones congelados.

«Los nativos veían llegar a los barcos y aviones y luego veían cómo se descargaban montones de mercancías en los muelles de los puertos y en los almacenes de los aeródromos. Eso era todo lo que veían. Puesto que era obvio que los europeos que recibían el *cargo* no habían contribuido ni por asomo al total de la operación con la cantidad necesaria de horas de trabajo secular que sería normalmente de esperar, la única conclusión posible era que el trabajo era realizado en otro sitio, en su totalidad, por una deidad asistida por los ancestros y auspiciada por los humanos. [...] El comportamiento de los europeos cuando recibían los envíos de *cargo* proporcionaba evidencia plausible a favor de esta creencia. Muchos de estos europeos no vivían sino en plantaciones y subestaciones aisladas, razón por la cual solían tener problemas de agotamiento de reservas y escasez de bienes básicos. De suerte que la llegada de un barco o un avión de carga era para ellos motivo de alborozo y contenida celebración. Se reunían para tomar unas copas y agasajar a pilotos y contramaestres, con los que pretendían mantener así relaciones fluidas. Estas reuniones podían fácilmente dar la impresión –especialmente a quien estuviese condicionado al respecto– de que con ellas se señalaba la culminación exitosa de una importante empresa ritual.»¹⁸

Un ejemplo ejemplar de *cargoísmo post industrial*, puede que el más de todos: llegados hoy al justo punto medio entre aquí y la eternidad, el cine, que cuando nació aspiraba a simple instrumento de laboratorio, se ha revelado como el medio de propaganda pura por excelencia. El cine es la única publicidad efectivamente aculturadora para esos marcianos virtuales, los turistas y, por ello, extensión industrial natural de la adoración automovilística, hotelera y hostelera de las divisas exteriores. En el caso del blanco y negro isleño de la parábola berlanguiana de la visita turística a la cueva del dragón (*El verdugo*, 1962) también es el cine, por cierto, fármaco contra la mala sombra, invitación al cachondeo en las fauces de La Señora. Dura continuación del mito de ‘la carga de la gracia’, que obliga a descubrir envejeciendo y así y todo seguir soñando. Riendo. *Senyora, / com se pot imaginar, / tot això a jo / me sua soberanament sa polla.*¹⁹

V.2. Más ricos que el hombre

En ninguna parte de Oceanía corresponde la muerte a la noción de aniquilación. Representa sobre todo una cualidad diferente de la vida. Los vivos se apoyan en los muertos, que los rodean con su permanente presencia, asumiendo eventualmente la forma visible de árboles o animales cuya buena o mala voluntad determina la suerte de sus hijos y de sus nietos. El culto a los antepasados, presente en todas partes, incluso todavía hoy en país cristiano, se manifiesta sin énfasis, al nivel de la vida cotidiana, por medio de oraciones musitadas y de ofrendas mínimas, colocadas éstas en lugares secretos. Este culto es garantía de cierta estabilidad en un mundo en evolución, donde el hombre aislado es presa del vértigo; un factor de equilibrio a que se aferra todavía el oceánico.²⁰

Qué cachondo, de tan puro inocente, le resulta también al lector-turista, el baile melanesio dicho “de los diez chelines de los dioses”, danza estrafalaria registrada originalmente por el antropólogo australiano Peter Lawrence en la década de 1950, en el marco de un trabajo de campo etnográfico sobre las ‘Ceremonias Kabu’, un tipo singular de liturgia ritual vernácula de las religiones de la Carga (*Cargo cults*) que surgieron en varias zonas vecinas de la costa sureste de la Nueva Guinea Australiana durante el período inmediatamente posterior a la Segunda Guerra Mundial:

«Al comienzo se realizaba un “servicio religioso”, para el cual las gentes se ponían sus mejores ropas de estilo europeo: laplaps o pantalones cortos y camisetas los hombres, y blusas y faldas de fibra para las mujeres. Se sentaban afuera, sobre el suelo, y cantaban himnos y recitaban oraciones a Dios en inglés pidgín. Tras sus descubrimientos en Port Moresby, Yali no estaba de humor para escuchar prédicas cristianas y empezó a mostrarse impaciente. Preguntó con sarcasmo cuando iba a aparecer el *cargo*. Son y Bul’me le aconsejaron que aguardase un poco, y luego dirigieron su atención hacia una de las mujeres de la congregación, diciéndole que observase atentamente lo que iba a hacer. La mujer empezó a agitarse y temblar de arriba a abajo, y hacer girar su cabeza y sus ojos. *Yali fue invitado a cachearla y se convenció de que no escondía nada entre sus ropas*. Miró sus manos y su blusa, y metió las suyas bajo la banda que sujetaba la falda a la cintura de ella. No encontró nada. Entonces ella salió de donde se habían congregado todos y comenzó a caminar sin rumbo alrededor del poblado, sacudiéndose y andando como borracha, y diciendo cosas ininteligibles. Son y Bul’me le dijeron a Yali: “Dios ha entrado en su cuerpo.” Uno de los hombres la siguió con una taza de

agua en la mano. Yali fue de nuevo invitado a caminar junto a la pareja y observar de cerca lo que hacían. En varios momentos, mientras la mujer iba dando traspiés, ponía rígida una de sus manos y la cerraba. Luego la abría y mostraba en su palma una moneda de un chelín, que ponía dentro de la taza con agua. Cerraba de nuevo la mano, la volvía a abrir y otra vez se sacaba una moneda que introducía en la taza. Repitió esta secuencia de acciones hasta que juntó diez chelines. Poco a poco se fue recobrando. Cuando Yali le preguntó de donde veía el dinero ella le replicó: “Un ángel se lo cogió a Dios y me lo dio a mí”.»²¹

Cabe, en efecto, catalogar este denso pedazo del patrimonio artístico de la humanidad dentro de la categoría de Ceremonias político-religiosas de alto componente sexual, sección banca y finanzas, subsecciones Houdini y Castaneda. Se trata de una danza femenina muy curiosa pues, más allá de las paradojas que pueda plantear al ojo postmoderno²², y aún de todo su arcaico poder de seducción animal (desde un punto de vista evolucionista, los movimientos armónicos de la bailarina tienen el objetivo muy preciso de revelar en todo su esplendor inmediato al joven macho las simetrías curvilíneas²³ que son la hermosa marca de fábrica de la hembra fértil), las sensuales conducciones teatrales de la bailarina van poco a poco introduciendo al miembro más activo del público en el meollo totalizado de la existencia espectacular, a la vez abiertamente sexual (méteme la mano aquí), evidentemente político (al Patrol Officer de la ANGAU, jefe de la administración colonial, no le va a gustar nada cuando se entere que has participado en esta farsa) y directamente religioso, esto es, *económico*: he aquí que participas en la ceremonia que más placía a nuestros ancestros, únicos hacedores verdaderos de riqueza y bienestar en esta tierra.

El antropólogo estadounidense Marshall Sahlins, en un estudio comparativo sobre las ceremonias de coronación etnográficamente documentadas para las Islas Fidji y las leyendas mitopoéticas sobre los orígenes del linaje real en la Roma arcaica, refiere, al hilo de un comentario a la historia de Tarpeya, la mujer avariciosa cuya traición estuvo a punto de provocar la derrota de los ejércitos romanos de Rómulo a manos de los campesinos sabinos, una interesante sugerencia del mitólogo francés Georges Dumézil que hace también muy al caso de la danza monetaria (sexual) ofrecida por la tierra de los ancestros para subyugar a Yali de Madang y convertirlo en el más grande profeta

cargo de Melanesia. Según Dumezil, el deseo de riquezas materiales, en tanto que contrapartida económica de los poderes de crecimiento y fertilidad agrícola, suele ser indicativo de la presencia o actividad del aspecto o sustancia femenina del orden cosmológico.²⁴ Según la información que aporta otro texto clásico de la investigación académica sobre la historia antropológica de la teología y la liturgia ceremonial del *kago* entre los pueblos melanesios de las tierras del sureste de Nueva Guinea, pudiera ser también, alternativamente, que los pasos y figuras coreográficas interpretadas por la mujer-serpiente para seducir al héroe, abocándole al vértigo de liderar una vez más la antigua aventura revolucionaria de reconstruir el Teatro Monetario de la Carga de la Prisa, estuvieran inspirados en una fuente vernácula no tan lejana en el tiempo. Uno de los pilares sobre los que se construyó, a principios de los años 40 del pasado siglo, la leyenda del hechicero escapista Mambu, el primer hombre que predicó, con increíble profundidad teológica, la religión del *Kago* en la zona de Madang en el año de 1937, son una serie de habilidosos trucos de prestidigitación dineraria –con billetes– cuya realización le atribuyen tanto fieles como infieles. «“Aquí”, dijo mi informante, “aquí está el hacha que compré con el dinero que Mambu me dio cuando fui a poner a prueba sus poderes”.»²⁵ Sostenía Mambu que el verdadero secreto del *Cargo*, esto es, cómo hacer para obtener legítimamente las mercancías del hombre blanco, es el dinero. Lo cual parece obvio. «El culto al dinero, que también se hizo muy común entre los movimientos cargoístas de Melanesia en la medida en que el dinero se reveló como uno de los síntomas claves del *Cargo*, es, estrictamente en sí mismo, un *Cargo Cult*.»²⁶ Pero, añadía a continuación el rebelde negro de la isla, el secreto del dinero, la auténtica clave de la metafísica de las riquezas, reside en el *cult*: cómo organizar una religión en la forma de un movimiento político para recaudar impuestos de manera legal. El dinero no crece en los árboles de la aldea, dicen los ancianos. Hay que ir a buscarlo donde florece, en las plantaciones de los hombres blancos. No, les respondió Mambu: «Abandona tu sembrado, sacrifica tu piara y págame a mí el impuesto sagrado que pagas al hombre blanco. Entonces yo pediré a los espíritus de los antepasados que cesen en su enojo y no consientan más a los blancos cambiar las etiquetas de los paquetes que envían por barco a tu nombre.»

* * *

Durante los períodos de hiperinflación, la denominación facial de los billetes de banco puede poblarse de ceros y aún así seguir siendo proporcionada con el precio de mercado de los bienes y servicios básicos. Un fino economista estadounidense John Kenneth Galbraith relataba en una de sus obras más populares la reveladora anécdota siguiente: en el clímax de la gran hiperinflación alemana de la década de 1920, el corresponsal berlinés del *London Daily Mail*, «hombre impresionable», informaba que un café podía costar 14.000 marcos, un bocadillo de jamón 24.000 y que él mismo había llegado a pagar una cifra cercana a los cuatro millones de marcos por una cena en un restaurante. Pero la dificultad de transportar tales sumas de dinero, reportaba el enviado británico, «desaparecerá pronto, pues esperamos tener billetes de 4.000.000 de marcos a finales de la próxima semana».²⁷

Sobre la base del relato *The Million Pound Bank-Note* [El billete de un millón de libras] de Mark Twain (1893), la película *El Millonario* (Ronald Neame, 1953) reformulaba la antigua paradoja de la necesaria e imposible desmaterialización monetaria de la riqueza dándole forma original de alto interés analítico. En la película, dos hermanos millonarios pergeñan una apuesta monetaria diabólica para tratar de resolver la cuestión de si es o no posible vivir a cuerpo de rey en una sociedad monetarizada a pesar de no tener “cambio” —esto es, moneda de bajo denominación, calderilla— en cantidades suficientes para satisfacer a un millonario “más rico que el hombre”. A tal fin piden al Banco de Inglaterra que les confeccione un billete especial por valor de un millón de libras esterlinas y se lo prestan durante un mes (sin cobrarle intereses) a un menesteroso, con la promesa de que, si al concluir el plazo establecido consigue devolver el billete intacto, le conseguirán un empleo bien remunerado. Uno de los hermanos sostiene que si el pordiosero es capaz de retornar el billete, entonces, necesariamente, su ínfimo nivel de vida no habrá mejorado un ápice a lo largo del período fijado. El otro, que es posible devolver en plazo el billete original y al tiempo disfrutar, gracias a su uso, de los mayores lujos que provee el mercado. La apuesta, por tanto, *materializa monetariamente una posibilidad de respuesta* para la archifamosa “pregunta del millón” (aquí, en su acepción literal): si se puede o no mejorar la situación económica de una persona otorgándole temporalmente la posesión de un billete de banco de un valor nominal tan proporcionalmente desorbitado respecto del nivel de precios imperante que, enfrentado a él, cualquier comerciante minorista y aún mayorista preferirá rehusar la transacción ofrecida o bien vender a crédito antes que tener que cambiarlo en unidades

fraccionarias. (Por cierto que el asunto, peliagudo en casi cualquier otro caso, de una presunta falsificación, queda aquí hábilmente excluido en razón del planteamiento inicial de la historia, pues, como afirma el perito que examina el billete en el filme, el objeto original es tan descabellado que ningún oficial del gremio, tan discreto, de los falsificadores de moneda «se atrevería a intentarlo con una cosa así.») Si bien en el filme de Neame la apuesta metafísica es la excusa para hilar una amable parábola de ciencia-ficción social con tintes románticos, la resolución de la querrela entre los dos hermanos es, en su escena final, tan ambigua como cabría esperar si semejante cuestión hubiese sido planteada en la vida real.

Es interesante observar que si se le da la vuelta a la fábula del billete inconmensurablemente grande planteada por Twain, lo que obtenemos es el mismo pequeño gran descubrimiento financiero –el *microcrédito*– por el que alcanzó fama mundial el economista bengalí Muhammad Yunus, avisado estudiante de Nicholas Georgescu-Roegen en la Universidad Vanderbilt de Tennessee, fundador del Grameen Bank de Bangladesh y único economista galardonado con el Premio Nóbel de la Paz. Aplicación creativa del cálculo elemental de incentivos económicos a la producción para tratar de reformar la institución de la caridad tradicional y ya de paso el moderno sistema de seguros sociales públicos, el microcrédito nació originalmente como un préstamo bancario *sin garantía* y cuyo valor nominal podía resultar inferior al coste de registro la transacción misma.²⁸ Incluso en supuestos tan aparentemente inofensivos como éste la ortodoxia teórica recomienda protegerse contra la incertidumbre del resultado final internalizando (los costes de) la transacción mercantil en cuestión como parte del funcionamiento rutinario, más complejo y adaptable, de una organización jerárquica –un organismo administrativo estatal, un empresa, una ONG–. A tal fin, el paraguas legal *sui generis* del contrato de trabajo a salario –o, como venía siendo históricamente el caso local, del crédito laboral encubierto bajo operaciones ficticias de compraventa– sería la solución institucional más indicada.²⁹ Pero la idea de Yunus iba justamente en sentido opuesto: pensó que sería posible abolir la institución tradicional del trabajo sumergido y explotado bajo la presión de capitalistas usureros mediante la creación *ex novo* de un mercado de microactivos financieros. Claro que, como en materia de cálculo económico la creatividad y la peligrosidad social van siempre tan unidas, la famosa arenga –«Estamos aquí para celebrar la liberación del crédito de las ataduras tradicionales de la garantía»– con la que Yunus inició su alocución estelar en la

Primera Cumbre Mundial del Microcrédito reunida a principios de febrero de 1997 en Washington DC bajo la presidencia de la entonces Primera dama americana, Hillary Clinton, la Reina Sofía de España y el ex primer ministro japonés Tsutomu Hata³⁰, puede considerarse también el discurso de inauguración oficial en EE.UU. de la moda bancaria del crédito ‘NINJA’ –la venta masiva de préstamos e hipotecas a personas sin ingresos (*No Income*) ni empleo (*No Jobs*) o propiedades (*or Assets*)–, causa mayor de la marea de activos ‘tóxicos’ que, con la colaboración activa de ciertos cambios simultáneos acaecidos al nivel de las normas internacionales en materia de supervisión pública de riesgos bancarios, asoló el sistema financiero internacional una década más tarde.³¹

Tanto o más creativos –y por ende, potencialmente más peligrosos– que el de Yunus desde el punto de vista del manejo ingenieril de la técnica económica, muchos originales experimentos de reforma del sistema público de seguros sociales aguardan aún su momento de gloria. A principios de la década de 1990, el profesor Robert J. Shiller, de Universidad de Yale, en Connecticut, EE.UU., diseñó varios prototipos de instrumentos financieros derivados que operan sobre valores subyacentes de naturaleza macroeconómica –contratos de futuros, opciones y *swaps* sobre componentes del PIB y el IPC– con los que sería posible negociar y cubrir (asegurar), a través de mecanismos de cotización pública en nuevos ‘Macromercados bursátiles’, los principales factores de riesgo macroeconómico –desempleo sectorial, choques inflacionarios y deflacionarios– que impactan negativamente sobre las familias y los individuos.³² Aunque altamente reconocido en la esfera académica, el faraónico proyecto de los Macromercados de Shiller no goza todavía (julio de 2009) de un grado de aceptación institucional comparable al de los microcréditos de Yunus. Ciertamente, los riesgos macroeconómicos de segundo orden que aparejaría su puesta en práctica dejarían a la epidemia de crédito ‘ninja’ a la altura del betún. Pero, quien sabe.

* * *

Tan abundantes como populares, los relatos literarios y fílmicos tramados alrededor del suceso argumental del “tesoro monetario encontrado” –*La ironía del dinero*, Edgar Neville, 1955; *Un millón en la basura*, José María Forqué, 1967, etc.– plantean en

general como una sucesión de complicaciones inesperadas tres tipos bien diferentes de problemas prácticos: los dilemas de la honradez o de cómo encontrar al legítimo propietario de la fortuna, de la guarda y custodia o de dónde ponerla a salvo, y del gasto productivo o de qué hacer con ella además de tenerla guardada. Salvando una distancia de cuatro siglos, el drama paralelo de los dos portentosos tesoros encontrados por España, el Oro del Nuevo Mundo (segunda mitad de siglo XVI) y el Sol del Ladrillo Turístico (segunda mita del siglo XX) ilumina los oscuros vórtices monetarios de las paradojas económicas con el aura magmática de la destinalidad arquetípica. Hasta tal punto es esto así, que para *coger* –entender de golpe, sinópticamente, *todo* su sentido– el resultado del famoso estudio proto-econométrico –una elaboración cuantitativa de las tesis monetaristas publicadas en 1556 por el escolástico salmantino Martín de Azpilcueta³³– del historiador económico estadounidense Earl Hamilton sobre la relación entre el *boom* crediticio desatado por la importación española de metales preciosos de América, el sabotaje imperial en marcha de los viejos equilibrios multilaterales en el comercio intraeuropeo de materias primas y manufacturas, y el episodio de hiperinflación aguda que sacudió los precios de los bienes de consumo en Castilla a mediados del siglo XVI³⁴, nada hay como leer... el siguiente análisis referido a la mecánica estadística de fondo que obligó al régimen franquista a adoptar la medida monetaria de choque que fue santo y seña del Plan de Estabilización Económica de 1959: la “devaluación turística” de la peseta, que de la noche a la mañana vio reducida en un 29 por ciento su cotización oficial respecto al dólar americano:

«Durante la década de 1950, los operadores turísticos británicos y de otros países se hicieron expertos en evitar no solo las comisiones de las agencias de viajes españolas sino también las tarifas de cambio oficiales. Al hacerse más fácil la entrada de turistas gracias a la mayor relajación de la seguridad, que se había convertido en un proceso rutinario, era fácil entrar en el país con pesetas compradas ilegalmente en otro lugar. [...] Aunque los gastos de los turistas, dejando de lado cómo habían obtenido su *cash*, hicieron subir la cantidad de dinero en circulación en España, las pesetas del mercado negro no alimentaban las reservas oficiales con las divisas que se necesitaban para importar bienes y para mejorar la consideración crediticia del país en los mercados internacionales. En este sentido, los hoteles y demás servicios turísticos se mostraban encantados de aceptar cualquier tipo de pago, inyectando más dinero en la economía sin que aumentara en proporción el poder adquisitivo del país; esto tuvo el efecto adverso

de disparar la inflación. Entre 1953 y 1957, los precios de los hoteles subieron un veinte por ciento, y la cifra anual de turistas casi se multiplicó por dos, pero en términos absolutos el ingreso por turista decayó. Así, los países que habían empezado a permitir que sus ciudadanos viajaran a España a finales de la década de 1940 con el objetivo de fomentar el comercio se mostraban cada vez más reacios a mandar a unos turistas cuyo gasto no contribuía a que España pudiera importar sus productos. La presión que ejercieron sus principales socios comerciales para que el país corrigiera esta situación llevó a la decisiva devaluación de junio de 1959.»³⁵

La “maldición de los petrodólares” que cayó sobre los grandes exportadores de crudo y en particular sobre los países de la Península Arábiga y el Golfo Pérsico tras los acuerdos oligopolistas que dispararon el precio del barril de petróleo durante la década de 1970, es otro conocido capítulo de la teología histórica del tesoro. A este antepenúltimo avatar de la saga cargoísta mundial cabe adscribir los episodios violentos posteriores de la guerra del Golfo Pérsico de 1991, en la que tropas de EE.UU. desalojaron a los invasores iraquíes de Kuwait, y su secuela postrera: la invasión americana de Irak en 2003.³⁶

* * *

Sofisticados sistemas de pagos y cobros telemáticos libran hoy una batalla sin cuartel contra el vejstorio del papel moneda, al que pretenden borrar del mapa de una vez para siempre.³⁷ Pero ya hubo quien, a principios del siglo XX, que, por razones teóricas, declaró desigual y aún perdida de antemano la batalla de la razón económica contra la sinrazón monetaria. De haber vivido cincuenta o sesenta años más, aquel astuto filósofo y sociólogo judeo-alemán de nombre Georg Simmel, el venerable autor del más elaborado análisis hegeliano sobre la necesaria imposibilidad de materialización monetaria del vínculo religioso³⁸, habría acabado topándose, en sus inspecciones bibliográficas de la literatura antropológica contemporánea, con la siguiente prédica del famoso «reverendo del dólar», el extravagante telepredicador evangélico Oral Roberts que en la década de 1970, desde su base en la ciudad de Tulsa, en el estado de Oklahoma, comenzó a impartir a sus seguidores bendiciones financieras y a difundir su propio Evangelio Financiero: «[El dinero] representa el total de vuestro ser espiritualmente, mentalmente, financieramente e incluso emocionalmente. Uno puede

ponerse enfermo financieramente, enfermar en relación con las propias finanzas. Lo sé por experiencia. He pasado por ello. Estamos sutilmente en sintonía con el dinero. Cada persona lo está, y si no, se muere de hambre. Tienes que tener dinero. Dios lo sabe. El mismo Jesús tuvo que arreglárselas para conseguir dinero, cosa que siempre logró.»³⁹ Sin duda Simmel había encontrado en este sermón del telepredicador financiero de Tulsa, en todo lo que resuena con la ancestral “ansiedad quiliástica” de los alemanes para con su moneda⁴⁰, una formulación maravillosamente sintética de sus propias especulaciones puras, no proselitistas, en torno a la imposibilidad de materialización práctica del espíritu radicalmente modernizador que porta en su seno el concepto de dinero fiduciario.

Acaso aquello contra lo que se enfrentan la sospecha y denuncia científicas de la incansable proliferación de notas de la más alta denominación de las dos grandes divisas del planeta –el billete de 1000 dólares (*uno de los grandes*) y el de 500 euros (el *bin laden*)– sea un monstruo tan absolutamente pavoroso que, en verdad, no parece de este mundo: una coalición partidaria aunque apolítica y totalmente heterodoxa que integra en su seno tanto a los principales herederos como a los principales desheredados de la Tierra, que son, ambos dos, los únicos y auténticos adictos a la oscura potencia anónima, sobada, sudada y llena de microbios de los billetes de banco. Atracadores y carteristas enganchados al olor de la tinta de timbrar, presidentes de gobierno y gobernadores de banco central celosos de sus privilegios de señoreaje, putitas y camellitos que cobran al contado, inmigrantes sin papeles para quienes esos son sus únicos papeles, ministros, ministrines, secretarios y subsecretarios hacendísticos que creen conocer mejor que nadie los atajos de la imprenta, traficantes de armas que sólo trabajan en *cash*, autoridades locales y testaferros familiares que amontonan en los sótanos de sus casas bolsas de basura repletas de fajos de billetes negros, directores de las sucursales que más blanco lavan, clonadores de tarjetas con el cartel de “no se admiten tarjetas”, estrellas del momento, pistoleros de la construcción, odontólogos, tratantes de esclavos, abogados, procuradores, asesores de algo, presidentes de todo, inversores en todo y demás anarquistas fiscales, alérgicos todos a las facturas de otra fábrica.⁴¹ La puesta en circulación de dinero electrónico descabezado, producto que satisface la doble demanda de anonimato e inmaterialidad, no se ha hecho esperar: exclusivos bancos de inversiones suizos proporcionan a sus clientes tarjetas de débito-

crédito ‘al portador’ que aunque no son aceptadas por los comercios permiten obtener moneda de curso legal a través de ciertas redes de cajeros automáticos.

La moneda no es ni ha sido nunca un abstracto producto de laboratorio tecnocientífico, no tiene nada que ver con la rueda ni con la brújula. Pero tampoco con el orgasmo: más o menos al mismo tiempo, principios de la década de 1970, cuando el filósofo francés Jean-François Lyotard, en un texto olvidable escrito en el inconfundible estilo psicoanalítico-marxista marca de la casa del post estructuralismo parisino entonces emergente⁴², se proponía convertir el arte de correrse de gusto en el objeto propiamente dicho de la ciencia económica, el retrato a cielo abierto del orgasmo masculino –instantánea fílmica conocida indistintamente en la jerga de los bajos negocios cinefílicos con los nombres de “toma de la carne” (*meat shot*), “secuencia de la corrida” (*cum shot*) o “plano de los billetes” (*money shot*)⁴³– estaba siendo efectivamente transformado en materia especial de análisis empresarial por obra y gracia de la naciente industria estadounidense de producción de películas porno y de su escándalo-taquillazo fundador, el filme *Garganta profunda* (Gerard Damiano, 1972).⁴⁴ Ni siquiera de su forma electrónica, *e-money*, puede predicarse con un mínimo de razón que se trata de otro «significante abstracto psicotrópico» más, como el automóvil o la testosterona, salido de la flamante industria mental del capitalismo farmacopornográfico, por otro nombre lo último de lo último o ‘la era final, que es la nuestra’.⁴⁵ El dinero siempre ha sido y será un teatro especial del origen de las cosas: el antiguo rito de destilar la sustancia más pura, la más ordinaria. El dinero, gracias / de nada, *gracia de la nada*, es la gracia es la nada. Las diversas fórmulas convencionales empleadas para contestar al reconocimiento de un favor que existen en distintas lenguas europeas se basan en el mismo principio: la negación de la deuda. Mientras que en español respondemos a las gracias diciendo ‘de nada’, en italiano se dice ‘*de nulla*’ y en francés ‘*de rien*’. Por su parte, la réplica inglesa más común, ‘*you are welcome*’ (es usted bienvenido), pone el énfasis en la costumbre de la hospitalidad como residencia permanente de la gracia. La contrapartida del español educado que responde ‘un placer’ es el francés ‘*c’etait un plaisir*’ o el *my pleasure* inglés. Nuestras negaciones corteses, como ‘por favor’ o el muy palaciego ‘os lo ruego’ tienen también equivalentes franceses (*je vous en prie*), inglés (*don’t mention it*), italiano (*prego*) y alemán (*bitte*). En todos los casos la negación que se afirma no se refiere a aquello, intención o sentimiento, que inspiró del

acto de gracia sino a su consecuencia previsible: el estado de deuda. «Es un modo de afirmar que la gracia fue real, que el favor ha sido realmente gratuito. Es una garantía de la pureza de los motivos del gratificador, una forma de decir no me debes nada por este favor, es un acto de gracia.»⁴⁶

* * *

Por todo lo que hemos venido contando aquí, es interesante saber también que el folclore campesino ancestral de la magia monetaria es también una de las fuentes tradicionales de las que bebe la teología mormona. En su juventud el profeta mormón Joseph Smith y su padre se sacaban unos pelillas extra buscando tesoros enterrados para terceros con la ayuda de un juego de piedras mágicas de cristal y un sombrero. En 1826 un tribunal de Bainbridge, Nueva York, declaró a Smith, que entonces contaba veinte años de edad, culpable de un delito de “conducta desordenada” por su dedicación a estas actividades de economía talismánica.⁴⁷ Inmediatamente después de cumplida su condena, aquél que habría de nombrarse a sí mismo “Rey, Sumo Sacerdote y Juez Supremo de la Israel Terrestre”, recicló su maña con las piedrecillas detectoras de monedas escondidas para acometer una nueva empresa que habría de pasar a la historia de las religiones: el hallazgo visionario y posterior traducción del Libro de Mormón. Efectivamente, al poco de aquel tropiezo con la justicia Smith dijo haber tenido un sueño en el que un ángel de nombre Moroni le indicaba el lugar exacto donde se había enterrado un fabuloso tesoro. Siguiendo correctamente las instrucciones soñadas, el emprendedor joven americano encontró un conjunto de platos de oro inscritos con extraños caracteres que él atribuyó a una supuesta escritura egipcia muy antigua. Junto con los platos, colgadas de cadenas de plata y fijadas sobre una especie de petillo en uno de ellos, se hallaban también dos piedras transparentes, el *Urim* y el *Thummim*, que servían para traducirlo.

En su habitación de trabajo, según se nos cuenta, Smith mandó colgar una manta para dividir la estancia en dos partes. A un lado de la manta Smith trabajaba usando a *Urim* y *Thummim* a modo de lentes de aumento, también empleaba una de sus piedras visionarias favoritas, y el sombrero, además de los platos de oro. Al otro lado de la manta había un escriba. «Smith enterraba su cara con la piedra visionaria en el sombrero

y entonces dictaba las palabras al escriba.»⁴⁸ Al principio fue su mujer Emma la que le hacía de escriba, luego fue relevada por Martin Harris, un próspero y crédulo granjero de la comarca de Palmyra que hipotecó su granja para financiar la edición del libro. Cuando el profeta dio a la imprenta su magna obra, producida mediante esta versión anterior de un test de inteligencia artificial⁴⁹, contaba a la sazón veintitrés años. En 1829 registró los derechos de autor sobre su traslación inglesa del libro sagrado de los israelitas americanos y en marzo del año siguiente se publicó la primera edición de la Biblia mormona, con tirada de cinco mil ejemplares. Las primeras ventas del libro fueron desastrosas y Harris acabó perdiendo su granja. Su mujer le dejó.

El brujillo autodidacta de Palmyra, Nueva York, no sobrevivió, por todo lo que sabemos, a su último desafío escapista (el fundador del mormonismo fue muerto a balazos el 27 de junio de 1844, a los 38 años de edad, por una masa de acoso en una celda de la cárcel de Cartago, Illinois). Los informantes aborígenes cuentan sin embargo a los antropólogos que aunque el primer Rey Negro de Melanesia acabó preso de los europeos en la cárcel de Bogia, las paredes de la celda no podían retener el vuelo nocturno de su espíritu visionario. Mambu se escurría de noche por entre los barrotes y se aparecía en la oscuridad de las aldeas mascando la nuez del betel y profetizando la nueva gran guerra que habrían de venir del otro lado del mar.⁵⁰ Así reza la leyenda. Así dice la sagrada escritura de los kanakos.

«Entre los varios factores que subyacen a la prosperidad de la iglesia mormona destaca una forma única de fiscalidad sagrada: todo miembro está obligado a contribuir con una cuota anual del diez por ciento de sus ingresos al sostenimiento de la iglesia para poder tener derecho a acceder a los templos y a participar de las ordenanzas sagradas de salvación y exaltación.»⁵¹ A fines del siglo XX, varios expertos estimaban (el secretismo de las autoridades eclesiásticas respecto de sus cuentas centrales es absoluto desde 1959) que la dirección de la iglesia mormona podría estar ingresando entre 4,25 y 5,3 billones de dólares anuales en concepto de cuotas impositivas pagadas por sus miembros. Sumando todas sus fuentes de ingresos anuales, la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días hubiera ocupado el puesto 243 del *ranking Fortune* de las 500 mayores empresas de EE.UU. Si, junto con los ingresos, se tuviesen en cuenta, además, la propiedad de activos mobiliarios e inmobiliarios, Mormon Inc. sería la

organización civil económicamente más poderosa del planeta. Por más que se haga notar, a modo de salvedad o disculpa, que, en cualquier caso, los activos en manos mormonas se concentran en su mayor parte en «propiedades inmobiliarias destinadas a usos restringidos, puramente religiosos»⁵², esta observación no deja de ser curiosa. El usufructo de un terreno rústico o un local comercial para celebrar una misa al aire libre o un bautizo no deja de ser una actividad puramente productiva. Y a la inversa: como pone transparentemente de manifiesto la apelación a autoridades legitimadoras de origen sagrado en el establecimiento legal de un sistema de imposición fiscal, *toda actividad económica es puramente religiosa*.

«El hombre difiere de los animales en las cosas decisivas: ellos tienen instintos, nosotros tenemos impuestos.» Pocas proposiciones científico-sociales poseen tan alto valor de verdad como esta enigmática sentencia humorística del sociólogo Erving Goffman pues, en efecto, cualquiera que haya tenido un trato humano, postal o informático prolongado con la recaudación de hacienda, esa policía, brutal por naturaleza, del teatro de la moneda *kagaprisas*, puede dar fe de que las exacciones tributarias constituyen la vacuna más efectiva jamás descubierta contra las fiebres caritativas que periódicamente nos asaltan a los humanos. Junto con su miríada de excepciones normativas y su inmensa jurisprudencia adherida, la cambiante constancia de nuestras obligaciones impositivas define el órgano menos evolucionado del sistema de la economía monetaria: una especie de cerebro reptiliano del mercado, inerradicable vestigio primitivo de indestructibilidad animal que puede localizarse, también y sobre todo, en el *corpus amygdaloideum* de la nueva economía de la información, la almendra cavernícola a reacción electrónica de los *digital copyrights* y los *financial derivatives*. (Si bien algunos teóricos marxistas creyeron haber visto en el crecimiento hipertrofiado y metastático del estado fiscal bajo la forma de seguros sociales públicos y sistemas de bienestar el verdadero talón de Aquiles del capitalismo vigesimonónico.⁵³) Mientras la extensión del derecho de autor al código informático amplía grotescamente el radio de acción de las burocracias fiscales⁵⁴, los bancos de inversiones patentan contratos ‘derivados’ o ‘sintéticos’ (futuros, opciones, permutas) para convertir rentas de alto rango impositivo en ingresos de más baja tributación.⁵⁵

En 1995 un prístino círculo sectario de la carga de la prisa, el Movimiento Raeliano del

Québec, que es la religión ovni más exitosa de todas cuantas se conocen hasta hoy⁵⁶, solicitó de la Oficina Canadiense de Aduanas y Tributos la concesión del estatuto jurídico especial de “corporación religiosa”, que da derecho en aquel país a beneficiarse de exenciones fiscales, tanto a los fieles que hacen donaciones a su congregación como a la iglesia misma en múltiples capítulos de ingresos y gastos corrientes. La solicitud fue denegada por las autoridades administrativas alegando que los raelianos no respondían a la definición oficial de lo que debe ser una religión *a efectos fiscales*. Si bien el obispo raeliano encargado de elaborar el expediente de la solicitud aportó numerosas evidencias de que los adoradores de los Elohim, «nuestros padres celestiales», poseen creencias religiosas, rituales y una organización especialmente dedicada a interceder mediante la oración ante aquellos ‘seres superiores’, fue justamente el presunto estatuto de seres superiores de los Elohim el objeto de descalificación específica en la contestación administrativa de la oficina gubernativa. «Es evidente que la [Iglesia Raeliana] cree en la existencia de los Elohim. Sin embargo [...] los Elohim no son realmente dioses. [...] No pueden ser identificados como el tipo de ser superior que reconoce nuestra jurisprudencia; [...] no se corresponden con lo que exige la jurisprudencia.»⁵⁷ Los funcionarios de hacienda *québécoises* argumentaron por escrito que los Elohim no podían ser «realmente dioses» en el sentido hacendístico estricto del término, dado que se trata de seres materiales con cuerpos físicos, bien que alienígenas. Siendo que, para fines de exención tributaria, los dioses deben ser criaturas completamente espirituales. Según la administración tributaria del Canadá, entonces, a los efectos más estrictamente materiales (obtener beneficios fiscales, ahorrarse dinero en impuestos) solo pueden ser calificados como dioses entes o seres *puramente inmateriales*. Claro que los abogados de los raelianos interpusieron recurso de revisión contra esta decisión administrativa. Si la pureza es una burla, la gracia es burla de la burla. Gratuidad, que es gratitud.

Una posibilidad histórica alternativa de contestación contenciosa de la arbitrariedad teológica con la que pretenden acogotar a los contribuyentes todas las oficinas estatales de administración tributaria, es esta otra, adoptada unas cuantas décadas antes por los fieles de la secta ‘Vote por el Presidente Johnson’, unos primos cargoístas nuestros originarios de otra isla perdida de la Melanesia, Nueva Hannover, en el archipiélago de las Bismarck. «[El oficial del distrito] declaró que en el pueblo de Lokono se habían infiltrado miembros de la secta ‘Vote por el Presidente Johnson’, y que los recaudadores de la secta habían ido allí a recibir fondos para “comprarse” al Presidente de los EE.UU.

La trifulca empezó cuando un vejete de Lokono se negó a pagar la cantidad de una libra con quince chelines [unos diez dólares americanos de la época] que se le exigía en concepto anual para el sostenimiento del gobierno local. Formado en la playa el tribunal, se condenó al abuelo sentenciándolo a pena de cárcel. Cuando era custodiado hacia una embarcación, cincuenta nativos salieron dando gritos de la jungla, atacaron a la patrulla y liberaron al viejito.»⁵⁸

La fea costumbre cargoísta de negarse a pagar impuestos derivó naturalmente, con el tiempo, en la manía simétrica que ha hecho mundialmente famosos a los aborígenes melanesios de Vanuatu: la negativa a cobrarlos que ha permitido sumar las gracias tributarias del *paraíso fiscal* a los dones inefables del *paraíso tropical*. «[H]ay todavía [en Vanuatu] muchos lugares no invadidos donde puede hallarse la belleza primitiva, pues el ‘dinero negro’ no está reñido con la *dolce vita* que estos paisajes pueden proporcionar. Por otra parte, el turista desprevenido apenas si repara en el centenar de bancos y en su intensa actividad, esparcidos como están entre la vegetación tropical.»⁵⁹

En el año de 1971 las autoridades políticas que gobernaban lo que entonces era el Condominio Franco-Británico de Nuevas Hébridas aprobaron una nueva legislación mercantil por la que se abolían las tasas arancelarias sobre la entrada de bienes de capital en las islas del archipiélago al tiempo que quedaban suprimidos los impuestos que gravaban los beneficios de capital de las sociedades de responsabilidad limitada, los intereses de los préstamos bancarios y las operaciones de compraventa de propiedad inmobiliaria. En Port Vila, la capital del archipiélago, en la isla de Efaté, se instalaron entonces divisiones de algunos de los principales bancos del área comercial del Pacífico Sur, como la Banca de Indochina, la Australia and New Zealand Banking Corporation, el Bank of New South Wales o la Hong Kong and Shanghai Banking Corporation. Tras la independencia de Vanuatu en 1980 los sucesivos gobiernos nacionales del Vanua’aku Party han perseverado en el doble ser económico del país de John Frum como paraíso terrenal para turistas y paraíso contable para inversionistas. «Después de la agricultura, el turismo es la principal fuente de ingresos exteriores. [...] La tercera fuente de divisas de Vanuatu proviene de su estatus de paraíso fiscal [*tax haven*]. Existen registradas en el país cerca de 2000 empresas extranjeras, que generan alrededor del 16% de los ingresos de divisas anuales del país.»⁶⁰

O eso, o la ‘ecotasa’. (Ecotasa: dicese de un efímero impuesto sobre las pernoctaciones hoteleras que entró en vigor en las islas Baleares en el año 2003 de la mano de un ‘Pacto de Progreso’ entre diversas fuerzas políticas –principalmente el Partido Socialista de las Islas Baleares, Unión Mallorquina e Izquierda Unida-Los Verdes– para hacerse con el Govern de aquella comunidad autónoma. La ley de la ecotasa aprobada por el parlamento insular preveía destinar íntegramente los ingresos fiscales de este capítulo tributario especial –un euro por persona y noche– a la financiación de programas públicos de conservación medioambiental y desarrollo sostenible. El cobro de la ecotasa fue abolido al año siguiente por el nuevo gobierno autonómico, con mayoría absoluta del Partido Popular⁶¹).

* * *

Desde el punto de vista metodológico, la disciplina bautizada como *sociobiología*, penúltima ‘nueva síntesis’ de las ciencias naturales y las ciencias sociales puesta de largo en mitad de la década de 1970 por el entomólogo profesor Edward O. Wilson con la publicación de un volumen ya clásico⁶², consistía en una suerte de análisis económico generalizado de los costes y beneficios individuales ocasionados por la diversificación dinámica (histórica) de los estados de equilibrio estadístico (genético) que ofrecen ventajas sustantivas de adaptación ecológica a las poblaciones de una determinada especie zoológica (el caso poblacional humano incluye culturas materiales y civilizaciones tecnológicas, así como psiques e identidades colectivas).⁶³ De paso, la sociobiología ofreció también a la opinión pública letrada de los países industrializados una versión radicalmente materialista del comportamiento humano construida a imagen y semejanza de la teoría darwinista de la evolución biológica por selección natural. «En algún momento del futuro tendremos que decidir lo humanos que deseamos permanecer –en este sentido final, biológico– [...] La planificación de nuestro destino significa que debemos cambiar del control automático basado en nuestras propiedades biológicas a una dirección precisa basada en el conocimiento biológico.»⁶⁴ Por ciertos pagos megalopolitanos y anglosajones con ganas, las teorías del harvardeño estadounidense Wilson o las del oxoniano británico Richard Dawkins han llegado a ser programadas de manera masiva en el diseño de protocolos psicopedagógicos, psicolaborales y psicoterapéuticos estandarizados. Se trata aquí de definir e implementar, para fines de

selección y entrenamiento, aquellos rasgos de carácter o ‘cualidades humanas’ que debería poseer una personalidad adaptativa que pretenda prosperar en un entorno de competitividad comercial exacerbada por la aceleración del cambio tecnológico.

Pero lo interesante del caso es que, casi desde sus inicios, el enfoque social-darwinista ‘clásico’ del problema de la condición humana se vio sacudido en sus cimientos por el rápido éxito comercial de paquetes estandarizados de sistemas de ingeniería humana lentamente germinados sobre un humus de ensayos clínicos subterráneos con cobayas humanas extraviadas por los oscuros laberintos biomédicos del entrenamiento bélico y sus callejones traseros civiles, deportivo-universitarios y luego también turísticos.⁶⁵ (La ferocidad de los primeros experimentos astrobiológicos se hace palpable en esta descripción, incluida en cierto retrato literario, ya clásico, de los métodos de entrenamiento de los astronautas pioneros del Proyecto Mercury (1959-1963) de la National AeroSpace Agency (NASA) de los EE.UU., del “tratamiento experto” que recibían los dobles simiescos de aquellos otros animales de laboratorio con aspecto de *cowboys*: «Los veterinarios llevaban a los chimpancés en avión a Wright-Patterson para meterles en la centrifugadora que tenían allí las Fuerzas Aéreas. Ataban con correas al animal en la góndola, cerraban la escotilla y activaban el sonido del lanzamiento de un cohete Redstone. Y hacían girar al bicho, sometiéndole gradualmente a fuerzas G de intensidad progresiva. Les llevaban también a hacer vuelos parabólicos en el asiento trasero de los cazas para acostumarles a la sensación de ingravidez. [...] Si [el mono] hacía mal la tarea, recibía una descarga eléctrica. Si la hacía bien, le daban pastillas con sabor a plátano y los veterinarios le acariciaban y le daban palmadas en la espalda.»⁶⁶)

Pionera de este movimiento fue la llamada ‘terapia hormonal sustitutiva’, un protocolo de tratamiento médico que durante casi medio siglo, desde las primeras versiones experimentales probadas en clínicas universitarias de EE.UU. a finales de 1950, alcanzó a extenderse por toda la sociedad mundial industrializada. Las terapias hormonales, hoy altamente contestadas por sus probados efectos secundarios de carácter carcinógeno, consisten en administrar suplementos sintéticos de hormonas sexuales –estrógenos, testosterona, progesterona o prostaglandina en forma de inyectables, píldoras, cremas, geles, etc.– a pacientes (con amplia mayoría de mujeres desde sus inicios) aquejados de síndromes menopáusicos/andropáusicos agudos frecuentemente asociados con la

pérdida o extracción quirúrgica de órganos reproductivos.⁶⁷ Luego vendría el gran bombazo –prácticamente no se había visto nada igual desde el descubrimiento del poder embriagador del alcohol etílico–: la irrupción, a finales de la década de 1980, de la familia de fármacos legales alternativamente comercializados bajo la etiqueta genérica de “antidepresivos finos de tercera generación” o bien etiquetados con la fórmula descriptiva “ISRSs” (inhibidores selectivos de la recaptación de la serotonina), que tienen en la marca Prozac[®] de los laboratorios Lilly su producto abanderado⁶⁸ y en la MDMA o ‘éxtasis’ redescubierta por el químico ruso-californiano Sasha Shulgin su *sorgenkind* o hijo problemático.⁶⁹ Complemento indispensable de los movimiento de masas provocados por la síntesis psicofarmacológica, la cirugía estética es –junto con la ingeniería genética⁷⁰– el otro arte mayor que presta soporte técnico a las ansias de liberación humana, en particular las de liberación sexual. Implantes capilares, inyecciones de colágeno en los labios, prótesis mamarias, liposucción, rinoplastia, blefaroplastia⁷¹, *lifting* facial mediante inyecciones de toxina botulínica, estimulación folicular láser...⁷² Las gamas de productos que ofrecen las clínicas de cirugía estética y, por extensión, el entero catálogo comercial de tiendas de ropa y artículos de cosmética y salones de belleza pueden entenderse como otras tantas posibilidades de movimiento estratégico de piezas en ambientes de selección natural formalizados a la manera de un ‘juego de señalización costosa’.

Originalmente ideado por el economista Michael Spence, profesor de Harvard y Premio Nóbel, para modelizar analíticamente el papel de “indicadores individuales de productividad económica potencial” que pueden desempeñar los títulos educativos en el mercado de trabajo, el *costly signaling game* era una suerte de póker empresarial perfecto cuya dinámica de puja y sobrepuja admite –como bien sabemos los ‘buenos estudiantes’– todo tipo de faroles, cartas marcadas, ases en la manga y dudosas promesas de pago con tus fichas de partida y las cartas que te caen en suerte cada baza.⁷³ De acuerdo con las directrices de este modelo analítico de la economía de la evolución biológica, los concursos de licitación que convoca el relojero ciego –vulgo, la naturaleza– para lanzar nuevos productos al mercado de humanos no suelen ganarlos las agencias de publicidad más originales y creativas. Sino que mayormente se los llevan aquellas otras unidades de producción que operan con costes unitarios bajos en la fabricación de ciertos envases de lujo normalizados (piel suave, cabello sedoso, ojos

brillantes, labios abombados, pechos turgentes, cintura de avispa, caderas anchas, culito respingón...) que son universalmente reconocidos como marcas de autenticidad certificadas de un contenido sustantivo tan infalible como fantasmagórico: la ‘bondad’, ‘capacidad’ o ‘calidad’ intrínseca de una dotación genética individual, mágica cualidad estadística que asegura el éxito reproductivo a su propietario@ –bueno, *el éxito*, en general–. La creciente panoplia de bienes avanzados y servicios futuristas orientados a la modificación de la morfología corporal heredada y su mejora protésica, al embellecimiento quirúrgico en suma, conforma la frontera *fashion* de todo lo que, en materia de tendencias vanguardistas de selección natural evolutiva para sistemas competitivos humanoides de mutación-adaptación-reproducción, se ofrece actualmente en el mercado mundial para solaz del ínclito “guijarro consciente”.⁷⁴

Supernanny[®], por lo que parece, está saltando de pantalla y eXistE ya en una especie de versión a lo David Cronenberg. No en vano, el Movimiento Raeliano Internacional, la mayor, en cuanto a número de fieles, de todas cuantas iglesias *ovni* se han catalogado en el planeta Tierra, ha convertido los resultados de las operaciones de cirugía estética –a las que otorga un carácter ceremonial de rito litúrgico– en distintivos de afiliación confesional.⁷⁵ Como no podía ser menos, pues el catecismo raeliano, culminación teológica provisional de la ideología social-darwinista para la era *in vitro* –recuérdese la proclama del cristalógrafo de rayos-X británico John Desmond Bernal en 1929: «Los científicos emergerán como una nueva especie y dejarán atrás a la humanidad»– que ha llegado, curiosamente, a funcionar como una especie de papel cazamoscas entre las minorías sexuales⁷⁶, eleva el logro de la liberación sexual por medios técnicos –desde la sencilla fiesta de disfraces⁷⁷ a la ingeniería genética pasando por el quirófano del cirujano plástico– a mandamiento divino. Esta ética radicalmente materialista de la belleza sagrada proporciona un suelo objetivo para la adoración religiosa de la tecnociencia y la exaltación final de los experimentos genéticos de clonación de embriones humanos, en tanto que vías privilegiadas de comunicación extraterrestre.⁷⁸ La entrada de UFOland, el museo de los platillos volantes que la iglesia raeliana abrió al público en las inmediaciones de Montreal entre 1997 y 2001, estaba presidida por una maqueta gigante –la réplica ‘más grande del mundo’ decía el folleto anunciador– de la conocida estructura arquitectónica de la molécula de ácido desoxirribonucleico, la famosa doble hélice del ADN cromosómico.⁷⁹ A principios de la década de 1980, los

estudiantes de doctorado que ingresaban como ayudantes en cierto laboratorio estadounidense de biología molecular muy prestigioso se iniciaban en los misterios sagrados de su oficio construyendo sus propias maquetas de la doble hélice, «iconos de laboratorio» que hacían las veces de verdaderos «símbolos de la presencia divina, altares en los que practicar el culto en silencio y admiración. A la sombra de estos monumentos de perfección y atrapados en la dedicación monástica inspirada por ellos, los pioneros de la ingeniería genética seguían con pasión su llamada.»⁸⁰

La prensa libre del movimiento imperial por la democracia sostiene que podríamos llegar a ser más guapos que el hambre todos los humanos. «La humanidad se irá haciendo inconmensurablemente más fuerte, sabia y sutil, el cuerpo humano será cada vez más armonioso, sus movimientos más rítmicos, su voz más musical. La dinámica de las formas de vida se volverá dramática. El hombre medio se alzarán a la altura de un Aristóteles, un Goethe o un Marx. Y sobre este nivel irá alcanzando nuevas cotas.»⁸¹ El ridículo sueño milenarista del sacerdote revolucionario podría verse cumplido de aquí en medio siglo, afirma ahora, circunspecto, *¡Ese hombre mu' seriorrr!* (Chiquito de la Calzada), el director de proyectos de investigación de la *research university*. En un siglo, a no más tardar, dice el mismo tebeo, seremos listos de solemnidad, ricos de pedir.

Marcianos siderales

Melanesios ancestrales

Millonarios supernormales

Mochileros imperiales

Indestructibles animales

(*Mursianicos*’).

V.3. La tele, la luna

- [...] vimos como llegaban a la Luna, los americanos, mira, aquí tengo dos nombres apuntados: el primero, el primer hombre que la ha pisado, Armstrong; el Colón del Espacio.
- ¡Cuentos!
- Lo vi, mamá; lo hemos visto millones; Armstrong y Aldrin. [...]
- Os tragáis toda la propaganda de esa gente; no es más que una engañifa. Norteamérica es un país de niños, necesitan ser los primeros, el que más salta, el que vuela más alto, el más forzado, y están consiguiendo reducirnos la sesera a toda la Humanidad. Eso que habéis visto es una película, infeliz, lo han hecho en Hollywood, una de marcianos.⁸²

Aunque con los peregrinos de la mochila planetaria descritos por Michener sucede un poco como con los extraterrestres de las películas de Hollywood, que tampoco puede uno fiarse mucho de la verosimilitud del canónico hombrecillo gris⁸⁴, nos gusta figurarnos a los discretos turistas extraterrestres que visitan los lugares más bellos e interesantes de la reserva salvaje intergaláctica Planeta Tierra como a parientes lejanos de los mochileros cosmopolitas que descubrieron la Costa del Sol malagueña en la década de 1960.⁸³ En grupos reducidos, vehículos autorizados y acompañados por un guía oficial del parque, la avanzadilla de jóvenes aventureros alienígenas huidos de casa en busca de sí mismos recorren en unas semanas nuestros desiertos, pirámides, fosas marinas, instalaciones nucleares, cráteres volcánicos, megalópolis, casquetes polares, bases militares. Sus padres y abuelos, marcianos jubilados de clase media-alta con poder adquisitivo que ya hicieron el viaje iniciático a la Tierra en formato barato hace un millón de megaparsecs, se abandonan ya a la molición golfística en rincones mucho mejor urbanizados del cosmos. Para dentro de dieciséis mil años, cuando las masas de lumpenproletarios galácticos, que también los habrá, lleguen en tropel todos juntos a jugar, media horita por barba, en los campos de golf playero de La Manga del Mar de la Tranquilidad, el bufé libre del restaurante del Gran Hotel Galáctico habrá que seguir sirviéndolo sin toda la prisa del mundo, con una sonrisa y una flor de azahar.

«[Juan] Vives argumentaba con frecuencia que el servicio de bufé semejaba una cantina militar y que eso rebajaría el reconocimiento por parte del cliente; sin embargo, [Miguel] Sureda insistía en que la clave estaba en hacer una presentación elegante y con cierta gracia. [...] [Al comienzo de su experiencia al frente del su primer hotel en Bali] el equipo de Sol se sorprendía de ver cómo cualquier cocinero o camarero era capaz de montar un bufé con un excepcional sentido de la estética y cómo con cuatro hojas

hacían unos adornos florales capaces de competir en cualquier concurso de decoración.»⁸⁵

Sí, señores, sí. El *Galactic Suite* es un proyecto ya en marcha de hotel espacial que el estudio del arquitecto barcelonés Xavier Claramunt ha presentado ya en diversas ferias internacionales a la búsqueda de inversores.⁸⁶ El complejo consistiría en series de habitaciones arracimadas en torno a un núcleo central, sin muebles para evitar choques con objetos voladores provocados por las circunstancias de ingravidez, pero con enormes ventanales que permitirán disfrutar del atractivo estrella de la estancia: la vista orbital de la Tierra y la repetición de la jugada de la salida y la puesta de sol cada hora y poco. Además de los planos originales de la instalación hotelera, el proyecto incluye el diseño del correspondiente paquete turístico. Al precio de 3 millones de euros –según sus propios cálculos, para ese precio tendrán en el año 2012 una demanda potencial de 40.000 personas– el paquete comprende una estancia preliminar en un complejo turístico de lujo sito en una isla tropical. Allí, mientras los turistas espaciales se entrenan para el viaje, familiares y acompañantes se solazarían en el chiringuito playero de la zona de ocio viendo despegar los vuelos orbitales desde la base de lanzamientos sita en la isla de al lado. Cuenta también el periódico que ya han conseguido venderles la moto a «unos ingenieros aeronáuticos de Florida». Y que en la presentación infográfica que hay colgada en la página web del proyecto (www.galacticsuite.com) los planos de planta y alzado del hotel reciben visitas de empresas interesadas. Y que este mismo estudio de arquitectura había diseñado antes un hotel submarino, el *Sea Suite*, aunque aquel proyecto tuvo menos éxito que éste. Y que mientras va saliendo o no la cosa del hotel espacial, Claramunt y su equipo se entretienen levantando una pareja de rascacielos de más de 200 metros cada uno en la China. Concretamente en Shangai, que no es Pekín.

Dice, en fin, el periódico que el arquitecto Claramunt se ha declarado admirador de la estética *guarritech* del Profesor Franz de Copenhague y sus “inventos del TBO”, y que probablemente es fan de los Antònia Font. Aunque esto ya no venía en la noticia.

«El transbordador se acopla perfectamente a uno de los hoteles que hay en la estación, el Hotel Galaxi. En realidad la nave que transporta el pasaje hasta aquí está perfectamente equipada para acoger 460 plazas de turista con sus habitaciones,

cafeterías, comedor y todo. Es un complejo de ocio con todas las prestaciones. Las dos partes han sido diseñadas para trabajar por separado o conjuntamente. La empresa es propiedad de una familia que entrevió el futuro del negocio e invirtió una millonada para construir esta obra faraónica. La decoración es bastante hortera. Al principio era todo en plan futurista, como si ir de vacaciones al espacio fuese un retraso, pero bueno, la mentalidad del empresario hotelero tiene estas cosas. [...] El vestíbulo es impresionante, todo de mármol y con una zona de butacas, una gran pantalla de televisión y una barra de bar abierta las 24 horas. Nada de “lo sentimos señor, el bar está cerrado”. Esto es lo que paga realmente el cliente: que siempre haya alguien disponible para ayudarte con las maletas, con un problema de reserva o lo que haga falta. Aquí nadie te mira mal si no confiesas todo lo que te has bebido del minibar. Encontrar esta actitud es lo más difícil, no funciona en ningún hotel y aquí sí. [...] Actitud. Si un cliente no sabe encender la tele en un minuto tiene a un mozo en su habitación para apretarle la tecla “on”, que a veces pasa, y sin malas caras ni nada, actitud. Si te tienen que cobrar la peli porno no se entera toda la planta.»⁸⁷

* * *

El nombre místico del arcángel mensajero y santo patrón de los visitantes –el de los viajeros es San Cristóbal, gracioso patrocinador de la aventura del descubrimiento de América a través de su homónimo Colón– sobrevoló de algún modo la *pel de brau* durante la mañana, la tarde y la noche de aquellos días de gracia que fueron el 4 y el 5 de septiembre de 2006, cuando periódicos y telediarios dieron la noticia de que el señor Xavier Gabriel, propietario de la administración de lotería más rentable de cuantas se recuerdan, La Bruxa D’Or, sita en el pueblo serrano de Sort, en Lérida, había depositado un anticipo de 200.000 euros (de la época) a la empresa Virgin Galactic, propiedad del multimillonario británico Richard Branson, para asegurarse una plaza en uno de los primeros vuelos turísticos por el espacio exterior que la empresa tiene previsto empezar a lanzar –nunca mejor dicho– a partir del mes de diciembre de 2008.⁸⁸

La brevísima historia de los viajes de placer al espacio exterior dio comienzo el 28 de abril de 2001, cuando el millonario ingeniero aeroespacial y consultor financiero neoyorquino Dennis Tito, después de haber pagado entre 12 y 20 millones de dólares, según las estimaciones más extremas, a la empresa Space Adventures Ltd., un

intermediario comercial *ad hoc* fundado por la Agencia Espacial Rusa, se embarcó en el modulo orbital Soyuz para pasar siete días de vacaciones experimentales (sobreponiéndose a la dulce molición de la ingravidez, el señorito colaboró al parecer en las tareas encargadas a la tripulación ordinaria llevando a cabo varios experimentos científicos él mismo) dando vueltas alrededor de la Tierra a bordo de la Estación Espacial Internacional. «El turismo espacial ciertamente alberga oportunidades para experiencias “extraordinarias” de una realidad extraña –tan extraña, de hecho, que puede transformar al individuo, algo ya certificado por el “brote” de los primeros astronautas...–». ⁸⁹ Uno de los miembros de la tripulación de la nave Apolo 15 que caminaron por la superficie lunar, el astronauta Jim Irwin, paradigma del “brote” o “despertar” mesiánico-psíquico –«Jesucristo andando por la Tierra es más importante que un hombre andando por la luna», se dedicó a predicar– que sufrieron los primeros astronautas del espacio al reintegrarse a la vida civil americana, tan religiosa ella, se trajo de vuelta de su viaje una muestra lunar de medio billón de años, la llamada Roca del Génesis, “la roca del mundo de Dios”. «Nacido como metodista Irwin se hizo Bautista y creó luego su propio monasterio evangélico, dándole el nombre de High Flight. “Establecí High Flight con el objetivo de contar a todos los hombres de todas las partes que Dios está vivo, no sólo en la Tierra sino también en la Luna”, explicó posteriormente. Hablando y escribiendo sin descanso en representación de la causa evangélica [...] viajando a Tierra Santa y liderando seis expediciones al Monte Ararat en busca del Arca de Noé, Irwin ejemplificó lo que el ex astronauta Brian O’Leary describió como el complejo mesiánico de los astronautas.» ⁹⁰

Las solicitudes de fortuna de los españoles serán elevadas al cielo turístico digitalizadas en un disco compacto. El señor Gabriel presentó el resguardo de la reserva de plaza en el marco de una original campaña de *marketing* durante la que tiene previsto recorrer diversas localidades de la península recogiendo «peticiones» de la gente para la Bruja de Oro. Con la que espera encontrarse en el espacio. El botijo que también pretende llevar Gabriel como obsequio a la diosa de la fortuna de Sort, Lérida, también es una reliquia –los botijos todavía son analógicos– del mundo de Dios. No es broma y no es broma. Es broma y no es broma. Como todas las cosas reales, realmente serias que hay en la vida.

* * *

Intentado causar buena impresión a los grandes tour operadores ingleses y holandeses, el viajero universal, el mensajero terrible que corre con la buena-mala nueva de la movilización económica general por solares y baldíos, encargó la supervisión de sus proyectos de urbanización golfística del Mar Menor murciano a un señor que pasaba por allí venido de la ciudad más turística de España. «Eso [mi dedicación a la hostelería] fue una chamba. [...] Tenía Meliá en Toledo el hostel del Cardenal. Su director había sido destinado al hotel de Córdoba. Y vacante éste de Toledo, resultaba difícil cubrir por profesional. ¿Solución? El dueño me conocía y me lo propuso. *Lo tomé en broma* y... acabé dirigiendo hoteles de cinco estrellas. [...] [Hoy, en 1978] soy director general de una Sociedad Hotelera con negocios en La Manga del Mar Menor.»⁹¹ Fue aquel señor graciosísimo y tres veces sabio quien me contó la historia que les estoy contando: la broma cósmica del heroico (des)aparecido misterioso –*Enoc es Metatrón es Gabriel*– que habrá de regresar un día, montado en el mismo rayo de luz en el que partió, a enterarse de todo lo ocurrido durante su ausencia. Y vendrá, tan etéreo como se fue, diciendo que ha visitado lugares extraordinarios y maravillosos y querrá enseñarnos las mil y una fotos futuras, imágenes de un mundo sin masa fijadas en las paredes de una habitación infinitamente oscura. Y nosotros estaremos ya demasiado toreados y letrados para dejarnos tomarle el pelo. Quizás.

«El héroe que regresa, para completar su aventura, debe sobrevivir al impacto del mundo. Rip van Winkle nunca supo lo que había experimentado; su regreso fue una broma.»⁹²

Una civilización capaz de realizar viajes interestelares exitosos dispondría también, es de suponer, de tecnologías específicas para impedirnos diferenciar con claridad si un contacto alienígena es un hecho real o una alucinación de nuestra mente.⁹³ Una peli.

V.4. Cazar con señuelo: de la tauromaquia burlesca

- *Tornicelli, el "banquero de Dios"*: Un solo favor falta, don Vicente: yo he comprado muchos regalos y me gustaría que usted me los enviara.
- *Director de la Prisión*: ¡Por dios don Luigi! No se preocupe, yo se los mando a usted con SEUR: "De puerta a puerta".
(Todos ríen.)⁹⁴

A principios de siglo XXI es probable que sólo en su modo esperpéntico –la popular *charlotada*⁹⁵– siga la antigua liturgia sacrificial de la bestia divina –el toro bravo– siendo el santuario de la triste hidalguía. La estética trascendental, tan singular, de la tauromaquia burlesca emana de un modelo histórico de socialidad ritual bien conocido: el teatrillo cotidiano de la etiqueta y la ceremonia palaciegas de las cortes reales madrileñas de los siglos XVII y XVIII tal como fue famosamente retratado por Velázquez y Goya en algunos de sus cuadros más celebrados. Los espectáculos públicos de la corte de Felipe IV aportan el grueso del canon de la tauromaquia bufa. «En una corrida [Real] celebrada en Montilla en el año 1646, se presentaron seis [bufones a caballo] cuya gracia era huir siempre de los toros, sosteniéndose de bruces sobre su cabalgadura o asidos al cuello de ésta. Se buscaba el efecto cómico, y en ocasiones se obtenía, remedando las suertes serias con pantomimas, comparsas y mascaradas, donde a veces lucía el ingenio. Entre las mojigangas más divertidas figuraba el uso de peles, *estafermos* y *dominguillos*. Eran muñecos con figura humana, cabeza de cartón y cuerpo de paja, corcho, papel o cuero lleno de aire, provistos de plomo en los pies, que les permitía sostenerse derechos. Acometíalos el toro y los echaba por el aire, irritándose al verlos caer siempre en posición vertical. Ambas cosa producían la risa de los espectadores.»⁹⁶ El desarrollo cómico de las funciones taurinas tuvo un segundo florecimiento a fines de la época de Carlos III y principios del –trágico– reinado posterior de Carlos IV. «En 1787 se anuncian mojigangas en las novilladas que se dispusieron verificar en Aranjuez los días 27 y 30 de mayo y 7 y 17 de junio, “para que la jornada primaveral resulte lo más amena posible al rey Carlos [III].” En ellos se representó la historia de Mambrú, con su dama, su paje y sus soldados, que ejecutaron diferentes suertes a los primeros novillos. También “se formará un estradillo en que se presentarán a sus cuatro extremos dos majos y dos majas, los que harán diferentes habilidades en los primeros novillos, así capeando como parcheando, al tercer y cuarto saldrán dichos majos metidos en cestos a ejecutar lo mismo y Alfonso Alarcón promete capear al quinto novillo llevando en sus hombros un muchacho...” Las mojigangas

tomaron del género literario y del género lírico todo tipo de personajes para sus representaciones más celebradas.»⁹⁷

Retrato del héroe vencido humillándose ante el *clown* para suplicarle que no mancille con sus astracanadas “la parte seria del espectáculo”, el final de la película *Mi tío Jacinto* (Ladislao Vajda, 1956) exponía en tono de drama el conflicto de raíz barroca y aroma postmoderno entre técnica (o ‘arte’) y ‘vergüenza’ (o desvergüenza) torera. El Reglamento de Espectáculos Taurinos entonces vigente disponía en su artículo 129 que en los festejos cómico-aurinos debería incluirse «una parte seria en la que se lidiarán tantas reses como hayan de ser sacrificadas en la cómica. La parte seria del espectáculo se celebrará al comienzo del festejo, y en el ‘paseillo’ los componentes de ellas irán destacados de los que integren la festiva.» Por su parte, el artículo 130 establecía que «los lidiadores que tomen parte en funciones de toreo cómico no podrán emplear en la lidia fuegos de artificio sobre las reses, arrastrarlas, derribarlas, colearlas o emplear instrumentos que causen daños a los becerros.» De entre los muchos estraperlistas históricos que han logrado burlar –nunca mejor dicho– a la guardia nacional de aduanas que vigila por la estricta separación de fronteras entre el toreo bufo y el toreo serio, uno de los casos más señalados e interesantes es el del famoso torero cómico valenciano Rafael Dutrús ‘Llapisera’ (1892-1960), introductor de numerosas suertes ‘burlescas’ de capote, banderillas y muleta, algunas de las cuales, como la *chicuelina*, el *violín*, la mal llamada *manoletina*, el *pase mirando al tendido* o el *pase del desprecio* llegarían con el tiempo a ser consagradas en el altar de la tauromaquia ‘seria’.⁹⁸ En sentido contrario a las graciosas invenciones de Lapicero, el Bombero Torero, Toronto, el Chino Torero y otros tantos genios anónimos de la tauromaquia cómica, salta la linde mística del teatro del mundo –«Allí donde hay un actor tenemos también a un asesino» (Jacques Derrida)– un enanito acondroplásico alzando su rejón de muerte o bien destripado sobre la arena. La sucesión de series de aguafuertes pintadas por Goya –sus *Tauromaquias*, seguidas de las estampas horribles de *Los desastres de la guerra*, y el regreso final, ya en Burdeos, a las escenas taurinas del ‘famoso Martincho’ y sus extravagantes ingenios burlescos con mesas y sillas en el ruedo⁹⁹– constituye la prueba documental más antigua y también la más dramática de este hecho inquietante: los ingenios de la dramaturgia cómico taurina que habían sido probados sobre la arena para disfrute de cortesanos y pueblo llano durante el período inmediatamente anterior a la Guerra Napoleónica,

lograron pasar de contrabando desde la retaguardia hasta las trincheras, donde guerrilleros montaraces gastaban fama de adornarse en sus escabechinas sorpresa con toda clase de bromas grotescas. En la tierra de nadie que dibuja el abrazo de Holocausto y Carnaval tendrá lugar también la desolada resolución del gran relato/retrato fílmico de la España apocalíptica: la Gran Zarzuela Sangrieta (*Madrid*, Basilio Martín Patino, 1987), esto es, la abominación fratricida de la Guerra Civil, «confusión omnipotente, convulsiva y cósmica» (Dalí) imaginada como *charlotada abisal* por Berlanga y su guionista Rafael Azcona¹⁰⁰ en el filme *La vaquilla* (1985).

* * *

En *Moros y Cristianos* (Berlanga, 1987), otra lección magistral más del sociólogo que mejor se mete el dedo en la napia, hay un personaje, López el sadomasoquista, un semiólogo audiovisual, creativo publicitario y consultor en marketing y comunicación social interpretado por José Luís López Vázquez, que se diría concebido como amable caricatura robot del miembro prototípico de la célula universitaria sucesivamente ‘anti-burguesa’, ‘poético-revolucionaria’, ‘nacional-sindicalista’, ‘crítico-patriótica’, ‘catolico-comunista’ ‘estructural-marxista’, ‘de-constructivista’, ‘post-modernista’... y siempre altamente pícara que alcanzó a ganarse su pan con chocolate en la salvaje arena del combate empresarial durante el primer florecimiento madrileño-barcelonés, a finales de la década de 1950, de las consultoras novísimas en prospección nacional de mercados.

g44. Fetichismo audiovisual de la mercancía (I)



[Fotograma de *Moros y cristianos*, Berlanga, 1987]

Tras largo “tiempo de silencio” descubriendo en soledad el increíble potencial americanizante de nuevos dispositivos tecnocientíficos de extracción de ideologemas como la transcripción de sesiones de *focus group* registradas en cinta magnetofónica¹⁰¹,

y a rebufo ya del tirón general de la demanda propagandística impulsado por la liberalización en curso de la industria del mensaje político partidista durante la transición democrática del período 1975-1982, éste más tardío de los cripto(ex)falangismos de izquierdas –es sabido que nada hay tan *de* derechas como ser *de* izquierdas– que ha sido identificado con la facción disidente del conflicto generacional universitario de 1956 y alrededores¹⁰², alcanzó a parir, en el ocaso intelectual de la metafísica joseantoniana de la patria orteguiana como unidad de destino en lo universal, el individuo portador de valores eternos y la justicia «social» (¿justicia masificada?) en el horizonte revolucionario –sin olvidar «la dialéctica de los puños y las pistolas»¹⁰³–, su buen puñado de avisos comerciales para prensa, radio y televisión. Los consejos –beba refresco de cola, vista fibra sintética, OTAN ¿no?– de nuestro fetichista de la mercancía patria iban disparados, paradójicamente, hacia el blanco fantasma de la ‘imago deseante’ –las cosas claras (y el chocolate espeso), el pan (el trabajo) para todos, y el chorizo de (mi) pueblo– evocada por el pensamiento mesiánico de la resurrección final de la nación popular: la eternamente pendiente “revolución a la española”.¹⁰⁴

«En 1954, en mi última visita a Madrid, poco antes de romper con el SEU, como representante estudiantil valenciano en su Consejo consultivo nacional, con toda premeditación –y muy poco dinero en mi bolsillo– pedí y consumí una Coca-Cola, para jurar –habiéndola ya probado–, sobre “el altar de la Patria invadida”, jamás volver a probar tan zafio “mejunje imperialista”. Puede decirse que, como consumidor, he cumplido con mi juramento: la llama de mi odio ancestral sigue intacta, y jamás tomo ninguna bebida de cola. Pero como investigador de mercados, poco más de diez años después, me dediqué durante meses a realizar –entre el 66 y el 67– estudios de *imagen de marca* comparados entre Pepsi-Cola y Coca-Cola.»¹⁰⁵

En el filme de Berlanga, el plan propagandístico de choque que propone el asesor de imagen para resucitar la vieja marca de los turrónes alicantinos ‘Planchadell y Calabuig’ consiste en cambiarle el nombre comercial, ponerle un nuevo envase de formas y colores más llamativos –una caja de cartón oropelado impresa en huecograbado–, y ‘apañar’ un par de apariciones estratégicas, baratillas entre comillas, de la nueva marca en medios de comunicación de amplio alcance: pagar la mención del turrón ‘Moros y Cristianos’ por la presentadora de un programa de cocina en la televisión pública y

comprar la concesión de cierto premio europeo a la calidad alimentaria. Para costear la esperada resurrección de ventas que traerá el maravilloso ‘Plan López’ se exige simplemente a los turroneiros un módico sacrificio en la proporción de almendra que lleva la receta casera de este dulce navideño tradicional.

* * *

Rejuvenecido y metamorfoseado de vuelta en otra de sus viejas encarnaciones – Quintanilla, el de la serrería, organizador de la cabalgata navideña de la campaña “Ponga un pobre en su mesa” en Plácido (Berlanga, 1961)– el liante de López el publicista de las relaciones públicas, vuelve, un lustro después de su última felonía turroneira, a ponerse por última vez ante su querido megáfono microfónico para defender la mejor de las causas: la suya. Esta vez el pícaro buhonero de la España eterna –López, Quintanilla, Cerrillo¹⁰⁶– se ha metido en la piel del actor Pepe Sacristán, coordinador general de una suerte de rama local de Amnistía Internacional.

g45. Fetichismo audiovisual de la mercancía (II)



[Fotograma de *Todos a la cárcel*, Berlanga, 1993]

Quintanilla está subido sobre un escenario provisional instalado en el patio de una cárcel con motivo de la celebración de un festival solidario patrocinado por su lamentable ONG ministerialmente subvencionada que se quiere conmemorativo de la experiencia de los presos políticos anti-franquistas. Flanqueado por León Pastor, un antiguo cantautor protesta y su guitarra reconvertidos en productores de música bakalao (Sisa/Solfa) y Alcázar, el cómico militante y homosexual en paro que hace de maestro de ceremonias (interpretado por Eusebio Lázaro), el seguidor de las mil caras orienta a su público natural de mandamases y cortesanos durante el ensayo de un karaoke masivo con el *Himno del preso de conciencia* concebido para la ocasión («Cada español

tiene una celda / guardada en la prisión...») que será retransmitido en directo por una cadena de televisión. Cuando entran en el segundo compás de la canción y Quintanilla grita “¡Dentro vídeo!”, el muro de pantallas de televisión instalado al fondo del escenario se enciende y proyecta por error un video clip subtulado al compás de otra canción, una que inflama los veranos e inviernos profundos de la profunda España rural, *Tengo un tractor amarillo* del combo asturiano Zapato Veloz:

*Tengo un tractor amarillo
que es lo que se lleva ahora.
Tengo un tractor amarillo
porque ye la ultima moda...*

Berlanga es un genio. Palomino, el escritor de damasquinados, decía también que los Hermanos Marx eran unos genios. Sobre todo Groucho, el favorito de Woody Allen y también de Wittgenstein, quien sostenía a su vez que se podría escribir un libro de filosofía todo a base de chistes y sería el mejor libro de filosofía posible. Contados son, han sido y serán los economistas capaces de escribir algo tan perspicaz, tan poderosamente irresistible para la mente en danza, como el análisis groucho-marxista de la publicidad televisiva:

«Detesto admitirlo, pero pocos de nosotros pueden resistir el poder de la publicidad moderna. Este anuncio concreto [uno en el que salen tres hombres montados a caballo con una copa de *martini* en la mano] me ha sugestionado hasta tal punto que ahora no siento deseos de tomarme un *martini* a menos de ir montado en un caballo blanco, con otros dos hombres. Otra cosa que siempre me ha intrigado respecto a este anuncio es saber quién es el propietario del animal. ¿Y cuál es su sexo, si es que lo tiene? ¿Es propiedad de la agencia de publicidad? ¿O se trata simplemente de un caballo blanco perdido, que un día estaba paseando por el campo y, sin nada mejor que hacer, se metió deliberadamente debajo de esos tres borrachos, que estaban sentados en un árbol brindando con sus *martinis*? ¿Posee cada hombre un tercio del caballo? Y en tal caso ¿qué porción? ¿O se trata de un caballo poseído conjuntamente por los tres hombres? Supongamos que uno de ellos quiere cabalgar a solas, ¿qué sucede con los otros dos? ¿Regresan al árbol? ¿O permanecen suspendidos en el aire hasta que su compañero

vuelve con el penco? Un día algún sabio benévolo contestará a estas preguntas tan importantes para nosotros. Entre tanto sólo podemos hacer conjeturas.»¹⁰⁷

Otoño-invierno de 2006, en el pico de una sostenida manía golfista-ladrillista: un anuncio *algo* extraño –y por tanto *muy* inquietante: se parece a un sueño– aparece de súbito para caotizar aún más la estructura temática, ya de suyo caótica, del telediario de fin de semana de la TVE-1. De un tiempo a esa parte y lugar –a esa parte y lugar del tiempo en que escribo– venía siendo habitual, por necesidades de financiación de obra, interrumpir la continuidad de toda secuencia autónoma de comunicación pública (o mensaje) para insertar en su interior diversas intensidades más o menos disonantes en forma de consejos comerciales. Si bien las idas y venidas de la larga transformación estructural en curso hacía un régimen *hiperreal* de subsunción fáctica de la sustancia-mensaje dentro de la forma-negocio de la actividad cultural –allí donde, como escribió el poeta, ya todo es vanidad– había empezado desde largo tiempo atrás –comenzando con los seriales radiofónicos americanos de la década de 1920¹⁰⁸– a integrar –a encubrir decían los más hipócritas– la cáscara de la lisonja publicitaria dentro del huevo de las tramas de ficción. El prototipo venerable y al mismo tiempo la punta de lanza vanguardista del proceso lento y discontinuo pero recurrente de “futuro regreso al pasado” a través de la comunicación pública de masas –esto es, la simulación tecnológica súper real de un presente eternamente benigno donde no tiene cabida la vulgar realización del horror¹⁰⁹– es cierta joya del arte conceptual de crear un contexto para cada texto, maravilla de la ingeniería conversacional del hacer venir a cuento –o a la inversa, del habla impertinente, gratuita¹¹⁰– sucesivamente bautizada por los cerebros de Madison Avenue como ‘emplazamiento de producto’, ‘integración de marca’, ‘publiversión’, ‘tematización ambiental’, etc.¹¹¹ Es la recta final de programa y el *spot* en cuestión parece servir para introducir o presentar, patrocinándola, la sección estelar de todo noticiario televisivo que tenga en buena estima tanto a sus espectadores como a sus patrocinadores: ¡¡Los Deportes!!

¿Qué son los deportes? De entre todos los hábitos rutinarios de vida que conocemos como *juegos*, tan sólo aquellos cuyas reglas pueden ser descritas a la vez de forma práctica y por escrito, producen formas de especulación bien definidas y estables en la forma de estrategias calculables. De entre todos estos juegos computables¹¹², a su vez,

sólo las prácticas de superación metódica investidas de un halo sagrado anterior, independiente y en principio indiferente a la autoridad sacerdotal, llegan a producir un *deporte*. Los deportes son, entonces, modos autóctonos *sui generis* de competición y superación que contienen en su interior un procedimiento sistemático de medición/valoración numérica. O lo que es lo mismo: un mecanismo formador de precios. En fin, única y exclusivamente las prácticas deportivas formadoras de precios pueden llegar a criar en su seno moneda mercantil, crédito bancario y relojes de tiempo bursátil. Juegos dentro de juegos dentro de juegos dentro del tiempo: la autenticidad existencial emerge instantáneamente sobre un escenario de cartón piedra que tiene el tamaño del mundo. Eso es la vida económica, lo más serio, la *realeza* televisiva. ¡¡Los Deportes!! ¡¡Los Anuncios!!¹¹³

La publicidad informa al público de que Pau Gasol, el bondadoso gigante catalán que se codea –nunca mejor dicho– con la élite del baloncesto profesional yanqui (*aka the Olympic Gangsters*), y Rafa Nadal, el héroe mercurial que recién comenzaba a partirle el espinazo a la historia del tenis, el mismísimo Hermes, el mensajero de los Dioses, de vuelta en el mundo sublunar bajo fenotipo manacorí, ... han tenido que abandonar el deporte profesional y buscarse un *trabajo de verdad* para poder conseguir un par de relojes de esos de ‘quiero-y-no-puedo’ ante cuya vista, ¿inexplicablemente?, parece que se les van los ojos. «¿Os gustan, verdad?», les pregunta la actriz Marta Nieto en el papel de director comercial de Time Force. «Bueno», piensan ellos «en realidad la que nos gustas eres tú, chati. A los dos.»¹¹⁴ Con gran habilidad retórica, los creativos publicitarios, ases de la demagogia y el cinismo burlón –los muy cachondos se representan a sí mismos en la primera parte del anuncio en la figura de la “pibi”: una especie de dominatrix del marketing de medios que se hace servir por un esclavo trajeado de guante blanco– tratan de sofronizar al público espectador ofreciéndonos la definición literal, tan exacta como engañosamente ‘friki’, del sustantivo *deporte* que acabo de referir más arriba: conjunto de actividades agonísticas descendientes del juego que se caracterizan por ser infantiles en origen y ridículas en destino.¹¹⁵ Ejemplos: (1) recrear el ‘test de Guillermo Tell’ con balón de baloncesto y pelota de tenis en vez de ballesta y manzana; (2) competir en una carrera de triciclos contra Pototo, un perrito chihuahua superdotado; (3) tratar de vencer al gigantesco bebé japonés disfrazado de misionero mormón y ‘sumamente’ cabreado que atiende por Peláez. Son éstas, a todas

luces, empresas competitivas de naturaleza esencialmente improductiva y fatal, con independencia de sus precios de mercado adventicios. Siempre que juegas pierdes, ¿no?

«Os voy a dar una última oportunidad», les dice al fin, perdonándoles la vida tras la derrota, la ejecuta modelo de generoso escote que hace de representante comercial ‘con cojones de acero’¹¹⁶ para la firma de relojes. «Si de verdad queréis conseguirlos, deberéis dejar el deporte.» En el desenlace parabólico del *spot* televisivo, la estética humorística de la variedad *friki* –para colgadetes a la última y taradillos de lo último¹¹⁷– que dominaba la parte inicial deja paso a la tonalidad más clásica del aviso comercial para adultos con (pocos) posibles y demás promotores en quiebra. Al margen de elementos premonitorios sueltos como el puntillo ‘glengarry’ de la vendedora, lo cierto es que la transición es realmente abrupta. He ahí lo inquietante. Lo que le da a esta peculiar obra audiovisual un tono claramente onírico de profecía cansina. Pues lo que Gasol y Nadal están realmente a punto de anunciar es la inminencia de la depresión.¹¹⁸

Sobre un fondo de guitarrazos melifluos, himno al hilo musical con chispa, los dos jóvenes triunfadores del deporte mundial, tan altos, fuertes, guapos y simpáticos como los recordábamos, reaparecen poniendo copas en la barra circular de un chiringuito playero de esos para pijos, que también podría ser el improvisado bar de un yate mediano. Es verano y hace calor, pero la barra está protegida por un gran toldo y enderredor de los camaretas y sus hielos malabares, todo son “guiri-churris” en bañador. Cambia el plano y vemos a la directora comercial de la firma de relojes que ha cambiado el negro ejecutivo por el vaporoso sugerente de ‘La Cuerpo’.¹¹⁹ Vestida de corto y ostentando pechuga, la maciza se les viene encima a los currantes con una copa bien cargada de agua de Valencia en la mano. «Hola chicos, ¿tenéis hora?» Su voz y su mirada siguen igual de desafiantes, pero ahora la intención es claramente sexual. (Por cuanto aprovecha, llevándola al extremo, la dramaticidad natural de las ceremonias femeninas ordinarias de puesta en escena personal o presentación de sí en la vida cotidiana, la representación litúrgica *hiperritualizada* del modo femenino de genericidad sexual –belleza y fiereza, fragilidad y dureza, pureza o perversidad, etc.– es un elemento clave de la economía política del esceno-grafismo publicitario.¹²⁰)

g46. Cuerpo murciano



[La actriz Marta Nieto en el anuncio de los relojes Time Force]

Allí donde victoria y derrota se van dejando de sentir luce el sol y, engastadas en esas dos muñecas maravillosas, que antes hacían virguerías con la pelota y ahora malabares con los cubitos de hielo, lucen también, aparatosas, dos fuerzas del tiempo tecnológico. Los camareros del pelotazo, los felices cuadros medios de antes del penúltimo derrumbe del ladrillo, se miran el reloj y brindan pícaramente al Cuerpo Murciano de la cámara una media sonrisa enigmática:

¿[Habrá / Tendrás] [bastante / suficiente] [con / para] [los dos / todos]?



g47. Camarero español en celo de tiempo

Suena de fondo el lema de la campaña: *¿Qué [no] harías tú por un Time Force [, nena]?*

El precio de venta al público, temporada 2008, que da la página web oficial del fabricante para la versión más cara –la que pretenciosamente llaman ‘edición limitada’– del Reloj Time Force Nadal Collection, es de 275 euros. Nada que ver con el Rolex Oyster Perpetual Day-Date con 41mm de oro amarillo de 18 kilates que por las mismas fechas anunciaba también en la tele el tenista suizo Roger Federer: sólo el precio de salida de un modelo similar en la página web de e-bay, la empresa de subastas

electrónicas, alcanzaba ya los 1.800 eurazos –tremenda ganga, pues el precio oficial ronda al parecer los 19.500 dólares, unos 13.200 euros¹²¹–. Claro que en el anuncio de Rolex tampoco se pide al eximio vecino de Basilea que abandone el deporte si es que quiere conseguir uno de los relojes de los que hace propaganda. Sino que, al contrario, el objeto preciadísimo ya es suyo. Bajo el lema *Game. Set. History. A Crown for Every Achievement* (Juego. Set. Historia. Una corona para cada logro) Rolex se *dona* a Federer: es su trofeo, la ofrenda divina por cada una de sus grandes victorias deportivas. Tanto la estética publicitaria como la economía simbólica del negocio propuesto por Rolex a Federer y los suyos responden entonces a lo que uno esperaría en un caso así, esto es, al trato convencional que se les da a los grandes campeones: cámara lenta y plasticidad de movimientos, victoria y oro.¹²² Por contra, la propaganda televisiva concurrente que protagonizan los supercampeones españoles viola inexplicablemente todas las convenciones del género. Es otro rollo, un rollo raro, una suerte de boñiga de marca blanca (?!) bendecida por Philip Kotler. ¿Dominio triunfal disfrazado de chapuza y fracaso? Pues sí, y en puesto del oro de los dioses la hoja de lata de los curris. Ilya Prigogine brinca de su piano de comercio justo (!?) para ponerte un kalimotxo.

A finales de 2008, admitida ya a trámite de conciencia la dura realidad de que la economía española comenzaba a atravesar un período de recesión tan agudo como prolongado, el reloj Time Force de Rafa Nadal, esa «pieza» presuntamente «única» que, como su inspirador, aúna «elegancia, precisión y resistencia», máquina «sumergible a 50 metros» a pesar de haber sido construida en «policarbonato inyectado de alta precisión», material más conocido como plástico duro, que viene provista –el gasto publicitario no dejó dinero para más– de «correa de caucho con doble cierre de acero»... se saldaba por 69 euros en las páginas del diario *El País* a través de un anuncio de rebajas de esos de lenguaje directo y estética abaratada. Cuando en la vorágine liquidadora se desata la espantosa aceleración centrípeta de las fuerzas del tiempo, hasta los mismos cantos de las sirenas, voceros del ascenso y caída del imperio de la mercancía, empiezan a ser atraídos hacia el agujero negro de su misma implosión. ¡Protégete contra la crisis: anúncia(te) a tus anunciantes!¹²³ ¡Benefíciate de la crisis: gana regalos viendo anuncios!¹²⁴ Y bajando.

* * *

Transcurridos algunos años de la tragicomedia de José Luís, el verdugo de Mallorca, y familia, Leonardo Pozas, el empleado de banca burgalés protagonista de *¡Vivan los novios!* (1969), alta y altamente inquietante comedia negra del tándem Berlanga-Azcona, arribará también a un pueblo de la costa mediterránea española en plena temporada turística. Pero Leonardo (López Vázquez otra vez) no ha venido esta vez a trabajar ni a turistar: ha venido para casarse con una señorita local que conoció el verano pasado durante sus vacaciones. Por eso viene acompañado de su santa madre, la señora viuda de Pozas. Aunque está a punto de casarse con otra españolita de provincias como él, la indígena propietaria de una tienda de recuerdos que sirve de tapadera al boyante negocio familiar de alquiler de apartamentos, el novio se ve abrumado por la juventud y la belleza escultural de las turistas extranjeras que merodean por la tienda y los apartamentos. Salidísimo, atormentado y jodido, Leo trata por todos los medios de echar una cana al aire con las *guiris* la noche antes de su boda. Pero las extranjeras no le hacen caso y encima, cuando vuelve al amanecer a su apartamento, descalzo y con el rabo entre las piernas, se encuentra a su madre caída en la piscina hinchable, muerta). Si acaso, Berlanga ofrece a este españolito mesetario, provisional expatriado veraniego en una localidad turística de la costa mediterránea (Sitges), la posibilidad de tontear con alguna que otra alemana o puede que incluso noruega. Ayudándose de la paella que han encargado unos *guiris* que festejan en un yate, Leonardo es capaz al fin de atinarle un beso en los morros a un... gringo negro travestido. Mientras trata de rechazar los intentos besucones de Leonardo para que coma paella, el negro travestido y despechado del yate, menciona a una «francesa sucia» que le ha robado a su amante noruego.

g48. Paella travestida de arròs negre



[Fotograma de *¡Vivan los novios!*, Berlanga, 1969]

La única “sueca” a la que Leo será capaz, casi al final de la peli, de intentar tirarle los tejos es una artista callejera de buen culo que pinta retratos en el paseo marítimo. Estamos en el velatorio de su madre. La familia política, que juega de local, ha montado un sarao para la capilla ardiente de la suegra en una especie de bodegas, donde se dan cita deudos, vecinos y turistas. Ha venido un combo de jóvenes *hippies* extranjeros con sus guitarras a compartir penas y vinazo gratis a la salud de la muerta con los aborígenes del brazalete negro. Radiante la piel blanca, la melena rubia y la carita virginal de la pintora callejera entre el grupito de mochileros, Leo vuelve a encontrarse, azorado, con su musa bohemia, que ha resultado ser oriunda «de la católica Irlanda».. La tirada de trastos se lleva a cabo con diccionario y traductor amnésico de por medio – «Dile que es un ángel»– y, lo que es peor, con el ataúd de mamá-de-cuerpo-presente en medio también. La pintora le regala un retrato al carboncillo de la muerta. Él quisiera decirle muchas cosas, pero ella tiene que irse. Sólo está de paso.

g49. «Pero ¡tengo que decirte muchas cosas!»



[Fotograma de *¡Vivan los novios!*, Berlanga, 1969]

Leonardo verá por última vez de refilón a la *guiri* de la guarda a la salida de la iglesia. El prototipo angelical de la turista galáctica está empacando sus pichiwillis en la mochila para volar con la bandada *hippie* a nuevos paraísos idealmente perdidos. Nuestro ancestro aborígen en tránsito cinematográfico a la estrellas está, por su parte, a punto de ser engullido por la figura ominosa de una gigantesca tarántula negra que se va formando a medida que avanza el cortejo fúnebre que acompaña al cadáver de mamá camino del cementerio. La blanca vaquilla europea escapa hacia prados más frescos mientras el enanito torero camina obedientemente tras los restos fondones de la rama matrilineal de su estirpe, que ya son carne de desolladero. La toma aérea final de la negra procesión hispánica en movimiento espiral caotizado y caotizante produce verdadero repeluzno pero al mismo tiempo hace verdadera gracia. He aquí el *quid*

filosófico-berlanguiano del asunto. Porque desciende de una antigua estirpe de chimpancés perdedores campeones, el camarero que todo español lleva dentro puede darse el lujo de enjorar con sonrisas (¿relojes?) de baratillo el tiempo de silencio tenebroso en espera del retorno del ángel de las vacaciones.

Camarer@ español, te regalo esta oración, que no es de nadie, pero fue escrita y copiada especialmente para ti por los santos equivocados: «Señor, dame una buena digestión y, naturalmente, algo que digerir. Dame la salud del cuerpo y el buen humor necesario para mantenerla. Dame un alma sana. Señor, que tenga siempre ante los ojos lo que es bueno y puro, de modo que, ante el pecado, no me escandalice, sino que sepa encontrar la manera de remediarlo. Dame un alma que no conozca el aburrimiento, los ronroneos, los suspiros ni los lamentos. Y no permitas que tome demasiado en serio esa cosa entrometida que se llama el yo. Dame el saber reírme de un chiste para que sepa sacar un poco de alegría a la vida y pueda compartirla con los demás. Amén.»¹²⁵ Hay una versión libre, muy posterior, de la plegaria del santo del humor británico que inspiró a Erasmo su *Moriae Encomium (Elogio de la locura)*. La *Oración del patriota* (1979) del músico siciliano Franco Battiato dice así: «Oh, Gran Guía que nos sostienes en nuestra causa solitaria: encuentra un sistema cualquiera para que pueda soportar a mi pueblo que cuando se casa y cuando va al estadio hace el mismo ruido de claxon. Haz que me disguste siempre más con el sonido graznante de las campanas grabado en disco y haz engordar siempre más a mi párroco que durante la misa gira el culo hacia Dios en el momento más sagrado. Complace a los científicos y ayúdales a mandar a algún primo suyo a la luna, único sitio de la galaxia más oscuro que esta tierra. Hazme olvidar a los poetas de mi infancia, pero sobre todo de la suya, dado que no han crecido nunca. Protégeme de los desbarajustes estereofónicos y de los bailarines rusos que siguen pisando occidente (dado que en oriente no saben qué hacer con ellos.) Dame una sola erección que no dependa del olor de las inmundicias y ayúdame a no hacer un hijo porque si no “un día todo esto ser suyo”. Como compensación, hazme viajar mucho, mejor en tren que con mi imaginación, y no hagas que encuentre sólo pasos a nivel, sino también algún paso de nivel. Bendice a los peluqueros y haz desaparecer en paz a los profesores universitarios, porque es mejor moldear el cabello que las cabezas. De todas formas, para mejorar las cosas propongo, con vuestra luminosa ayuda, declarar guerra al adversario más temible que yo nunca haya descubierto y que también ahora me está

escuchando. Con ese aire suyo tan complaciente que mantiene todo el día, hasta por las mañanas cuando me espía desde el espejo del cuarto de baño.»

* * *

Originado en la creencia religiosa, el fanatismo de la imagen de marca se perpetuó en el tiempo a través de la propaganda política partidista y mutó, realizándose definitivamente, como comunicación corporativa, la fábrica del horror democrático.¹²⁶ La inquietud metafísica específica del espíritu de empresa –crecer y multiplicarse o morir– se inocular entonces al comercio de la carne toda: es preciso hacer de cópula y liquidez una sola y misma cosa. Una anunciación. La nación que jamás existe.

Lejos, muy lejos, cada vez más y más lejos del equilibrio letal de todas nuestras fuerzas térmicas, ahora que bajamos hacia el fondo, estamos en verdad –cosmológicamente como si dijéramos– subiendo hacia lo alto. Esta «hirviente masa del estímulo supernormal»¹²⁷ solidifica en apariciones radiovideoactivas, avisos angelicales en colores llamativo-chillón que corren a la velocidad de la luz. En su neurótico intento de erradicar los últimos residuos inmortales de lastrante ordinariedad –irremediabilidad– que aún quedan sobre el escenario de lo extraordinario, esta pura proliferación del nombre propio en forma de *logotipos* semeja una de esas galaxias que, girando alocadas alrededor de un núcleo crecientemente denso y relucido de masa estelar, acaban desplomándose por su centro *espiramidal*, abducida hacia la cúspide universal toda marginalidad barrial o rural. La gravedad de la masa monetaria se colapsa de risa, peso saboteado por el brillo, irradiando consejos depresivos –o sea, terapéuticos– contra la depresión. Y así, con cada cíclico nuevo intento de completarse, el milagro de la seducción vuelve a recurrir un poco más *arriba*. En la etapa final del largo camino de progreso que conduce desde el ayuntamiento mítico del fuego –hará ahora de aquello menos de 2 millones y más de 300 mil años¹²⁸– hasta el eventual imperio de lo absurdo –tres martinis subidos sobre un hombre se están bebiendo un caballo... ¿y qué?¹²⁹–, la fe animal está otra vez de vuelta en el callejón de los muertos. La guarida del misterio celebra una fiesta nueva: el espectáculo cómico taurino de la vida montado por un grupo de internos para solaz y deleite de todo el zoo humano.

g50. *Tauromaquia bufa en el zoo humano*



[Fotogramas finales del *La Vaquilla* y *Todos a la cárcel* (Berlanga, 1985, 1993)]

* * *

Un último hallazgo filosófico –otro ‘darse cuenta’ más– que podemos extraer de la cinematográfica *paraturística* berlanguiana: lo rancia y revenida que ahora se nos antoja la regla de economía libidinal –durísima restricción presupuestaria compensada con delirios de grandeza eróticos y espirituales– que inspirara el mítico desvelo hispánico de nuestros mayores por las suecas angelicales que venían del demoníaco París. Las turistas. Y palpar también, de paso, algo de la presencia, que es su esencia, de nuestra incommovible pasión machista. De toda la viscosidad laboral y la mortificación tecnológica que hemos invertido en ella.

Luego de coronarla reina virginal de los cielos y sacarla en buñuelesca procesión de semana santa, diciéndole lloros y requiebros y cantándole saetas y marchas moras, una horda de borrachos alicantinos (Agustín González, Luís Ciges, José Luís Coll, Paco Algora...), trabajadores emigrantes en París, viola y mata a la encarnación objetiva del mito erótico de la francesa sexualmente liberada¹³⁰: una muñeca hinchable.

g51. Charlotada de la virgen de plástico



[Fotograma de *Tamaño natural*, Berlanga, 1973]

«[A]l viejo maestro maravilloso, la película [*Tamaño natural* / *Grandeur nature*, Berlanga, 1973] le chocó, le escandalizó y le pareció casi pornográfica. Eso me dejó absolutamente perplejo porque él no era precisamente un mojigato... A mí, insisto, me parece que es mi película más cercana al cine de Buñuel. Creo que incluso la atmósfera recreada del gabinete de aquel dentista solitario era muy de él, a mi pesar, y puede que también se debiera a la presencia de Piccoli, un actor habitual del aragonés-mexicano. No sé por qué Buñuel cogería esa manía a esta película concreta. Sus amigos dicen que él era muy, muy, muy tímido, muy pacato, que era un hombre muy anticuado en cuanto a las ideas y los conceptos. No lo creo. No lo creo porque sus películas demuestran todo lo contrario. Creo que fue algo personal... *alguna idea muy antigua.*»¹³¹

No fue, quizás, la pornografía plasticosa sino la macabra procesión pagana de los duros expatriados españoles, últimos hombres en la verbena revolucionaria de la virgen de los desamparados, lo que tanto espantó al otro Don Luís, al antiguo, de la película más francesa del Berlanga más impúdico y moderno. Aquella charlotada erótico-religiosa era tan absurdamente burra, tan infamantemente surrealista, que al viejo Don Luís debió parecerle demasiado *suya*.

V.5. Prometeo en la playa

Los espectáculos y fiestas no son incompatibles con la opulencia: al contrario, son uno de los medios que a veces usa la política para que, dando movimiento al comercio, se desagüe y circule el dinero estancado. Se facilita el cambio, se asegura el consumo, el pueblo ansioso de divertirse duplica sus tareas para adquirir la cantidad que le ha de proporcionar la diversión.¹³²

Cuando en los titulares de las noticias periodísticas se mencionan ‘expertos’ tratando de ‘regular’ cualquier cosa, ciertos lectores imaginamos al instante, en cambio, ejecutivos de empresas buscando la forma más inteligente de explotar oportunidades de negocio muy prometedoras pero aún en pañales. «“El turismo es una auténtica molestia. La intervención humana en forma de turismo está afectando al ecosistema y debe parar”», mantuvo ayer el científico indio U. R. Rao, uno de los expertos de 45 países que participan en [el 30 encuentro consultivo del Tratado Atlántico que se celebra en Nueva Delhi, India] en el que se analizará el impacto de la actividad humana y el cambio climático en el Antártida. Las opciones que se barajan van desde la prohibición total a la imposición de restricciones a este fenómeno. Así, por ejemplo, los operadores de turismo plantearon ayer la necesidad de regular las visitas turísticas frente a los expertos de organizaciones ecologistas que piden la prohibición de este turismo.»¹³³ La lectura del cuerpo de la noticia suele confirmar esta retorcida intuición primera que, por lo demás, suele quedarse corta: sofisticadas empresas californianas de turismo extremo han comenzado ya a vender en Internet cruceros de vacaciones para ir a conocer, en visita organizada, al nuevo yeti, el abominable hombre de las nieves que sale en televisión, el mismísimo Cambio Climático, el Calentamiento Global en persona, quien, según los expertos de la Sociedad Geológica de Estados Unidos, ha construido uno de sus más espectaculares palacios de invierno en una isla recientemente desgajada de Groenlandia.¹³⁴

* * *

Maravíllese, descubra, conozca, visite, asista. Dinero y cerillas de Su Graciosa Majestad Británica para el relojero de Zanzíbar; salvoconductos de Lonely Planet para la chamana mazateca y su sobrina y aprendiz. Cámaras digitales para que los indios navajos se hagan sus propios documentales antropológicos, *merchandising* de Adidas y Nike para

niños y mayores desempleados voluntarios en Bombay, Green Bay, Cartagena y Cartagena de Indias. Pegatinas en forma de estrella amarilla que dicen “¡soy miembro de una secta!” para los indios borrachos de Hawai, el gran archipiélago polinesio de los volcanes quedos donde los raelianos, una vez expulsados de Jerusalén, andan ahora también, siguiendo como siempre huellas mormonas, intentando colocar su embajada extraterrestre.¹³⁵ (Según otras fuentes literarias que parecen estar bien informadas –la novela *La posibilidad de una isla*, de Michel Houellebecq– el departamento de promoción inmobiliaria y urbanística de la secta de adoradores de las técnicas de clonación de embriones liderada por el del profeta “Azrael”, también habría estado tanteando la isla canaria de Lanzarote como posible localización prospectiva del *theme holiday resort* más pirado de la galaxia: la embajada para “dar la bienvenida a nuestros queridos padres celestiales”). Gorras blancas que dicen “sí a la masturbación” y camisetas de color rosa electrónico que denuncian que “la familia es una secta peligrosa” y reivindican que “nuestra religión es la ciencia”.

«Muchos americanos conocen Vanuatu porque allí se filmaron los episodios de la serie ‘Survivor’ [Supervivientes], el popular *reality show* televisivo. Pero lo que se ofreció por la tele está a años luz de las espectaculares maravillas naturales y las fascinantes culturas antiguas de esta nación isleña de Melanesia.»¹³⁶

Del abrazo probable entre el mochilero y el millonario ha surgido una estrafalaria figura histórica que es también un arquetipo profundo y original de la condición de extravío ontológico del género humano: *el turista espacial*. Profetas aborígenes de Nueva Guinea y Tanna, sacerdotes *hopi* de Arizona y brujos *cree* de las Montañas Rocosas, y chamanes mexicanos, curanderos siberianos, santones cameruneses, anarquistas andaluces y el breve resto de los indiecitos más zumbados por las revoluciones neolítica, cristiana, ilustrada y comunista: ahora que el planeta perdido se amarciana, amillona, amochila y amurciana al ritmo marchoso exponencialmente forzado de las pastillas divinas y las operaciones milagrosas, arriban a bordo de la nave fantasma todas las pacientes deidades invocadas por los “buscadores de oro de la galaxia” (Palomino) para hacer cumplir la eterna promesa de esperanza. Los movimientos contraculturales, reza una conocida maldición sociológica¹³⁷, funcionan a nivel mundial como tropas de choque del turismo de masas y, en tanto que tales, como vanguardia de la expansión de

la modernidad planetaria. Los ancestros divinizados cuya vuelta esperan desde hace siglos, milenios tal vez, los indígenas de África, Eurasia, América y Oceanía, han regresado al fin *otra* vez para sembrar de octavillas enteogénicas las grandes vías oceánicas que roturan el planeta paleta, la Tierra. Y fabricar con el *maná* de Colón – ¿Ahonde es el *oro*?– las piezas más delicadas de las naves espaciales.

Tras la primera hornada de millonarios venidos del mundo de la tecnociencia (ingenieros aeroespaciales, informáticos), el payaso *québécoise* Guy Laliberté, fundador y consejero delegado del Cirque du Soleil, afamada compañía canadiense de espectáculos ‘post circenses’, fue, a principios de octubre de 2009, el séptimo turista espacial en alcanzar la órbita terrestre, despegando desde Kazajistán a bordo de la nave Soyuz TMA-16 con rumbo a la Estación Espacial Internacional (EEI). Por cuenta de la agencia de viajes espaciales Space Adventures y en calidad de ‘tripulante invitado’ (*spaceship participant*), este alto ejecutivo teatral canadiense disfrutó de unas cortas vacaciones –un vuelo orbital de doce días de duración, entre el 30 de septiembre y el 12 de octubre de 2009– girando una y otra vez sobre su propio eje y el de su planeta natal, descargado de casi todo su peso carnal y monetario, por un precio publicado de 35 millones de dólares o bien 23,4 millones de euros, según las diversas fuentes. «De hecho, la experiencia [del turista espacial] puede ser tan extraña y aterradora que asuste a mucha gente corriente, que podría preferir la seguridad de la experiencia simulada del espacio a las emociones de la realidad. Por el momento, los viajes turísticos al espacio son todavía un privilegio exclusivo de unos pocos individuos multimillonarios que combinan su capacidad de gastarse [varios] millones de dólares con la psique y la tenacidad de entrenarse intensivamente para un breve viaje al Espacio.»¹³⁸ Sólo que esta vez, en vez de dedicar su estancia a colaborar con los astronautas profesionales de la Estación en la realización de experimentos de física, química y biología en ambiente de baja gravedad como habían hecho sus predecesores, Laliberté centró su actividad durante el crucero turístico por el espacio exterior en poner a punto y ensayar el correcto funcionamiento de los dispositivos de comunicación vía satélite que le permitieron participar, en calidad de maestro de ceremonias, en el *show* televisivo *Moviendo a las Estrellas y a la Tierra por el Agua* con el que pretendía concienciar a la ciudadanía global sobre el problema de la escasez de agua potable en el planeta Tierra. El espectáculo audiovisual, que se emitió a la Tierra desde la EEI la noche del viernes 9 de octubre (horario español) y pudo ser visionado en directo por Internet través de la web

de One Drop, fundación dirigida por el propio *clownman*, consistió en una sucesión de discursos inspiradores pronunciados por celebridades mediáticas comprometidas (el premio Nóbel de la paz surafricano Wangari Mathai, los músicos Bono y Peter Gabriel, el ex vicepresidente de EE.UU. Al Gore y la actriz mejicana Salma Hayek, entre otros) salpicados de actuaciones musicales en vivo (U2, Shakira). «Desde aquí veo estrellas, oscuridad y vacíos, pero el planeta Tierra luce grandioso. Eso sí también frágil», informó el ‘payaso cósmico’ a las masas terrícolas virtuales, que también pudieron escucharle cantar una canción acompañando en directo a Bono y sus U2 y al público asistente al concierto de estos en Tampa, Florida.¹³⁹ Luego del estratosférico espectáculo filantrópico-bufonesco auspiciado por el multimochilero de narizota solar desde su sede orbital provisional en la EEI –que, a su vez, había sido precedido por la breve elevación a los cielos de la industria del videojuego¹⁴⁰– será el turno para la charlotada galáctica de la Bruja de Oro saltando del vacío a las estrellas y repartiendo suerte en cada barrio del cosmos con su escoba, su CD, su botijo y sus décimos de lotería. De premio gordo a pedrea: el viaje interestelar nos acabará tocando a todos en la primera quincena de agosto, el próximo puente, este mismo finde o para fin de curso.

Enemigos declarados de la extinción de las especies, pero sobre todo de la extinción de la especie, horadan de nuevo las huellas líquidas que dejaron Ulises y Hércules entre Gibraltar y Suez. Proyectados al mundo desde la sala de pantallas de su buque-pancarta, los guerreros del arco iris (*rainbow warriors*) se han inyectado ya en la vena mítica de los atlantes, la senda marítima que une el cabo portugués de San Vicente y el Cabo de Hornos sudafricano. Y en el camino del occidente ecuatorial por el que se aventuró famosamente Colón. Tras exhumar los restos de la vieja ruta transpacífica que unía México con el continente austral, por el sur, y con Alaska y Siberia por el norte, titánicos activistas milenarios habrán de emprender la ascensión al circuito náutico imponente y perfecto que los compendia y resume a todos: el paso azul interminable, masivo, descubierto por Magallanes y Elcano en el siglo XVI y reabierto doscientos años después por cierto buque propiedad de Su Majestad británica.

Entre la tripulación de esta última nave, el *Beagle*, había un jovencísimo ‘filósofo’ de la Universidad de Cambridge de nombre Charles Darwin quien, al tiempo que tomaba notas para publicar un relato de aquel viaje fabuloso¹⁴¹, iba concibiendo, alucinado, un

informe paralelo sobre el mecanismo de la “transmutación animal”. En aquel segundo libro, que se publicó veinte años después del relato viajero, en 1859, Darwin formulaba, como adulto, cierta desvergonzada pregunta infantil (¿actúan dentro de la naturaleza mecanismos evolutivos propios?) que ha dejado, desde entonces, bastante mosqueados a los dioses de los hombres.¹⁴²

El origen de las especies fue publicado por el librero John Murray de Londres el 24 de noviembre de 1859 y su famoso descubrimiento, esa «verdad tan vasta que no aparece convenientemente expresada en las Sagradas Escrituras»¹⁴³, levantó, casi de inmediato, un «maremoto de comentarios». A pesar de la avalancha de datos y pese a la tediosa reiteración de invitaciones a la calma juiciosa del lector, «a los victorianos les resultaba casi imposible admitir la idea de que se produjeran cambios graduales en los animales y plantas, e igualmente difícil apartar a Dios del proceso de la creación.»¹⁴⁴ No había transcurrido un siglo cuando, en febrero de 1945, Yali de Madang, el héroe aborigen de la increíble epopeya melanesia del *Cargo* relatada por el antropólogo Peter Lawrence, fue invitado por el gobierno colonial de la Nueva Guinea Australiana a una gira turística por una serie de grandes ciudades australianas para que pudiese conocer sobre el terreno y dar noticia a sus hermanos de la monstruosa lentitud del progreso técnico y del esfuerzo humano colosal que esconde de ordinario el inocente disfrute colonial de las maravillas aparentes de la civilización industrial.

A su llegada a Sidney desde la Costa de Rai de Nueva Guinea, le fue mostrada una vista panorámica de la ciudad desde el Harbour Bridge. Luego fueron llevados él y su séquito a conocer un taller de reparación de aeronaves donde técnicos y capataces les explicaron el proceso de trabajo. Finalmente visitaron los grandes almacenes Burns Philip. Tres años antes, en 1942, cuando Yali aterrizó por vez primera en Queensland en medio de la Segunda Guerra Mundial, reclutado por el ejército australiano que batallaba contra los japoneses en las islas del Pacífico sur, había conocido por primera vez, de primera mano, los detalles fundamentales del funcionamiento de los ingenios azucareros y las fábricas de cervezas de Brisbane. De modo que lo que ahora le mostraban en Sidney no le era del todo desconocido, pues poseía ya plena consciencia de que los europeos podían fabricar sus propios objetos. Con todo y con eso, y al igual que había hecho la otra vez, siguió perseverando en la creencia de que las artes técnicas seculares que requerían para llevar a cabo su trabajo debían haberles sido inculcadas directamente por

su Dios cristiano, de manera similar a como las deidades de la costa Rai de Nueva Guinea habían enseñado a sus fieles a cultivar las plantas y todo lo demás. Aún admitiendo la total realidad de los métodos europeos de organización del trabajo, le siguió pareciendo improbable que meros humanos sin ayuda divina pudieran haber fabricado todos esos equipamiento en tan breve tiempo de existencia terrena.

Al poco, el viaje organizado les condujo nuevamente a Brisbane, donde Yali y sus soldados vieron bestias inauditas cautivas en el parque zoológico municipal y fueron llevados luego en visita guiada al Queensland Museum de Historia Natural. La visión de los objetos expuestos en las vitrinas de la sección de antropología del museo les dio un vuelco al corazón. Al lado de esqueletos de criaturas prehistóricas y especímenes animales disecados de la fauna autóctona de Papua y Nueva Guinea, se podían ver máscaras guerreras de los Sepik (su propia gente), una momia ahumada de los Kukukukus, arcos y flechas tradicionales, y varias estatuillas votivas dedicadas a sus ancestros deificados. Yali y los suyos se quedaron mudos al ver todo aquello. Al rato, uno de los miembros de su guardia, Cpal –en castellano “Pocholo”–, hijo Kurg y vecino de una de las aldeas Letub cercanas a Madang, se atrevió a romper el silencio formulando esta pregunta: «¿Y luego resulta que los misioneros nos atosigan para que abominemos de estos ‘satanes’, cuando hay otros blancos que vienen y se llevan todas estas cosas inventadas por los ‘satanes’ y las ponen en este museo?»¹⁴⁵ El oficial australiano que les guiaba por las salas del museo improvisó alguna vaga explicación genérica a modo de réplica tentativa, pero los nueva guineanos no prestaron demasiada atención a la respuesta. Seguían dándole vueltas a la pregunta indignada que se había formulado en voz alta a sí mismo el hijo de Kurg... y con la que volvía a poner patas arriba aquellas mismas creencias que, casi cien años atrás, la pregunta de Darwin¹⁴⁶ había puesto cabeza abajo. Lo que nos demuestra, una vez más, que los dioses son vengativos y, más que nada, unos cachondos.

(Condecorado por su valor durante la Segunda Guerra Mundial, Yali era la gran esperanza negra del gobierno colonial australiano. Bajo su mando, pensaban, los aborígenes melanesios de Nueva Guinea se atreverían a hacer, sin solución de continuidad, la doble transición histórica que va desde la economía de la edad de piedra al subdesarrollo económico y desde allí el salto de siete leguas a la modernidad industrial. Pero, tras sufrir una serie de desengaños –promesas de ayuda económica

incumplidas por la administración australiana— durante su etapa colaboracionista, Yali acabó convirtiéndose a la religión ancestral de sus antepasados y alzándose en líder de un movimiento de ámbito comarcal que recuperó para sus ceremonias congregacionales la vieja liturgia pagana (altares de flores, sacrificios animales, danzas *custom* o tradicionales, etc.) de invocación a los dioses para que liberen el *kago* de las garras del hombre blanco. Los días de gloria de Yali terminaron en la prisión de Port Moresby como reo de sedición de ese mismo gobierno colonial que había creído ver en él un ideal de mentalidad indígena moderna).

* * *

Algunos sueñan el cosmos como un aeropuerto empapelado de pantallas de plasma, constelación de *duty frees*, cafeterías *expresso*, ollas *cocinex*, *check-ins*, puertas de embarque, turistas-un-millón, quioscos-librerías, zonas vip, hoteles-estadio y, por fin, el lugar donde transcurre el mito cinemático la terminal de embarque infinita / sala de espera interminable: el ominoso muelle de embarque que se le aparece en sueños visionarios al astronauta antiguo (*La jetée*, Chris Marker 1962; *Doce monos*, Terry Gilliam, 1995). Pero allí donde el adulto cree revivir el mito de la muerte en carne propia, es justamente donde el niño se hace por primera vez una pregunta a sí mismo: *¿Cómo será estar muerto toda la eternidad?*¹⁴⁷ Inmortales infantilidades infinitas asedian la fortaleza de nuestra vigilia: ahora me ves, ahora ya no me ves. «El niño ve a su madre; luego la madre desaparece, con la consiguiente preocupación del niño; cuando la madre reaparece tras una breve ausencia, el niño sonrío o se ríe; esta risa expresa un gran alivio (o, como lo han designado los psicólogos alemanes, una *Entlastung*, una “descarga”). Aquí encontramos resumido, con maravillosa concisión, el drama de la redención visto bajo la luz de la fe. *Etsi Deus daretur*, la relación de Dios con la humanidad se puede visualizar como un juego cósmico de “ahora no me ves, ahora me ves”. Le vislumbramos fugazmente y luego enseguida desaparece.»¹⁴⁸ Sostienen los zoólogos que la risa humana es hija espiritual del llanto y nieta animal de la agresividad.¹⁴⁹ Inmorfantilidades finitesimales atacan y escapan, son atacadas y se entusiasman, son hechas desaparecer por la policía y se les aparece la virgen. Se pierden y encuentran. Aún cuando el desastre de la extinción total, el desistir absoluto de la existencia, no es un hecho real, la muerte común y corriente, humana, sí lo es. *Imposible*

ocurrencia. Otros dicen que los dioses son los ancestros, los muertos. Otros más sostienen que el universo conocido es una curiosa fluctuación cuántica que produjo arrugas de gravedad en la frente de una presencia inefable camuflada sobre el fondo oscuro del más viejo paisaje. Y aún otros más afirman que la risa es la madre de los dioses, anterior a ellos.¹⁵⁰ Estos últimos creen que estar eternamente muerto debe ser como soñar que viajamos por las estrellas.

La buena memoria para los cachos grandes de escritura delata a las personas auténtica y verdaderamente religiosas: músicos, matemáticos, actores, mentirosos compulsivos. Niños. Lo he cogido y ya no soy, lo has cogido y ya no estoy (Jaume Sisa). A solas consigo mismo, el niño contestón se pregunta nuevamente: *¿De dónde viene el dinero?* El dinero cae del cielo o bien crece en los árboles. Existen múltiples versiones de este otro mito venerable, el del árbol de la abundancia. La *dendolatría* o adoración de los árboles es un culto ancestral documentado etnográficamente para multitud de sociedades agrícolas por todo el mundo. (En tiempos recientes el culto ritual de la fertilidad arbórea se ha documentado incluso entre los propios investigadores de campo etnográficos y profesores de antropología social y cultural. Entre los cuales, el dendólatra más insigne fue el eminente etnólogo vasco-madrileño Julio Caro Baroja. Según cuenta uno de sus discípulos, cada vez que tenía la oportunidad Julio Caro acostumbraba, por la mañana temprano nada más levantarse, a subirse a las ramas de algún árbol cercano y, calada la txapela sobre el rostro, improvisar desde lo alto dulces melodías con su chistu, la leve flauta vasca que solía llevar siempre consigo¹⁵¹). En la isla melanesia de Nueva Caledonia, no ha mucho, los muchachos jóvenes eran obligados a adentrarse un día en la selva para buscar el árbol de sus antepasados. Cuando creía haberlo encontrado el chaval tiraba su hacha contra su tronco, y si ésta no se clavaba en el árbol, decía «No es mi padre ni mi madre» y buscaba entonces otro árbol semejante en cuyo tronco volvía a intentar clavar su hacha. Cuando el hacha al fin hiere un tronco sale del interior del árbol una voz humana que le pregunta «¿Eres tú mi hermano?» A lo que el chaval tiene que responder «Sí, he venido a llamarte. Quiero que me hagas una choza.»¹⁵² Otra leyenda oral, recogida en la isla indonesia de Flores, cuenta la huida a tierras occidentales de la joven Ossi Tobi Lolon y su tamarindo prodigioso en cuyas ramas crecían colmillos de elefante, pulseras de oro y collares de perlas. O la moderna leyenda alemana de la acuñación de la moneda milagrosa, el

nuevo *deutsche mark* de 1948, bajo la advocación protectora del viejo roble inmarcesible de los arios, que también es claramente dendolátrica.¹⁵³ También en Nuorese, un pueblecito de la isla mediterránea de Cerdeña, actual territorio de Italia, los más viejos contaban hasta hace poco una antigua leyenda rural según la cual, quien tuviese la fortuna de poder sentarse bajo una encina a medianoche del día 24 de junio, la fiesta de la Noche de San Juan, que recubre con la cáscara del santoral cristiano los fastos paganos del solsticio de verano, oirá que le dicen toda suerte de cosas hermosas sobre su futuro. Además, en esa noche el árbol fructificará y dará, en lugar de bellotas, monedas. «El rito a que alude [esta leyenda] es un verdadero rito de incubación bajo el árbol, y se enlaza con las otras manifestaciones del culto de los árboles antes señaladas. A los árboles se les atribuye, pues, el poder de curar enfermedades, además del de procurar abundancia. Y la atribución de tales poderes halla justificación histórica en el seno de una sociedad agrícola, que todo lo espera de los frutos de los árboles y de los vegetales en general, al paso que el producto que falte determinará la crisis colectiva.»¹⁵⁴

* * *

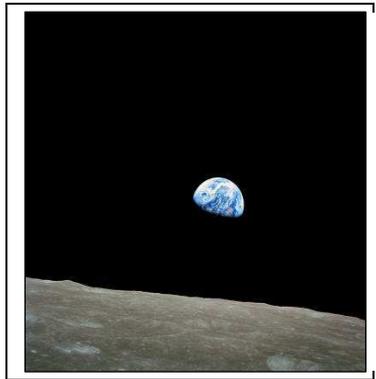
«¡Vítor la Purísima Concepción de María Santísima concebida sin mancha ni pecado!», «¡Vítor, Vítor, Vítor!» Diciembre de 1993: durante la vigilia de la Inmaculada los lugareños de Horcajo de Santiago, suroeste de Cuenca, niños, jóvenes, adultos y viejos, mujeres y hombres, recitan este responsorio a voz solista y en coro, una y otra vez, durante toda la noche, prácticamente a cada paso que da un estandarte con la imagen de la Virgen que dos penitentes pasean a caballo por el pueblo. Intentando escapar de tan cansino espectáculo, y un tanto abochornados por la metodología del ‘forastero preguntón’ que intenta inculcarles su profe, los no tan aguerridos aprendices de antropólogos sociales de la Universidad Complutense de Madrid nos fuimos a refugiarnos en la discoteca local para asistir, incrédulos, a la escucha reiterada –hasta ¡treinta y siete! veces salteadas contamos– de una misma canción popular, *El tractor amarillo*, para delirio de locales y espanto de visitantes. Un día cualquiera en la vida de otros estudiantes madrileños durante el curso académico 2003-2004: los alumnos de un grupo de la asignatura Proyectos VI-VII de la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid dibujan la giga diversidad multicolor del mundo del futuro con todo lujo de detalles pictóricos y semánticos¹⁵⁵: <detector de niebla>, “hiperestatismo”, <chaleco

cantimplora>, “actores-red”, “formatos performativos”, <vivienda gruyere>, “visión periférica”, “revisión ecológica”, “indefinición de destinos productivos”, “objetos peludos”, <niño-mopa>, <membrana jabonosa>, <bocadillo industrialmente deconstruido>, “arquitectura vírica”, <proyecto de un proyecto ganador para el concurso del pabellón ecológico del College of the Desert, en Palm Desert, California>, “intranomadismo”, “melodías pixeladas”, “microclimas temporales”, <Climaxón™, un sistema de detección de situaciones de desequilibrio>... La repetición incesante y siempre igual a sí misma de los ritos ancestrales que pautan la vida de los pueblos y las rupturas vanguardistas no menos incesantes que aceleran exponencialmente el pulso de la contemporaneidad megalopolitana, se muerden la cola. En medio, un inmenso maratón de partidas de mus al aire libre. España.

«Según los no creyentes, la religión es un asunto solemne, inspirador de temor reverencial y hasta de verdadero pavor, pero no una cuestión de la que pueda hacerse burla. Sin embargo los profetas de la Biblia comentan el mejor y más antiguo chiste del mundo: prometen que los poderosos serán derribados y los indigentes elevados.»¹⁵⁶ Negros de la isla perdida como somos, la noticia del gran acontecimiento mundial de la toma de la Bastilla nos llegó demasiado tarde (por el 1931 más o menos; desde luego no en 1812, aquello fue más bien un *happening* gaditano o chirigota). A cambio, casi sin darnos cuenta, hemos vuelto a gastarnos a nosotros mismos la antiquísima broma cósmica: «Si superamos con seguridad que los Elohim iban a aterrizar de aquí a tres semanas, ahí acabaría toda nuestra libertad de elección. Todos dejaríamos nuestros trabajos.»¹⁵⁷ Eso más o menos, o algo muy parecido, fue lo que nos dijeron, lo que nos dijimos, hace ahora más de medio siglo: *ya ha ocurrido, no te lo pierdas*. El milagro del estallido de la bomba de los días ha tenido lugar, venga, todos a filas, ¡es la guerra! «Al surgir el “boom turístico” y con él la movilización general, análoga a la guerra, me enrolé en él.»¹⁵⁸ La hora final es llegada: vended vuestras parcelas, quemad vuestros cultivos, sacrificad vuestro ganado; dejad todo lo que tenéis: propiedades y dinero; abandonad a vuestras familias, a vuestros hijos, y echaos al monte. Erigid allí, en lo más alto, un templo imposible, imagen y semejanza de las máquinas milagrosas en las que viajan vuestros dioses y sus divisas.¹⁵⁹ *El milagro turístico español*. Aquí seguimos, aquí estamos. Sentados “a las puertas del cielo”, esperando. Hace un frío que pela y un calor que abrasa y aquí seguimos, maldita la gracia bendita, al borde de la noche,

esperando. ¿Acaso no fuimos los primeros en usar la Biblia como guía de viajes para santones ascéticos, peregrinas tiesas y demás mochileros antiguos?¹⁶⁰ Pues eso. Dicen de nosotros: “Existencia detenida en piedra, ¡no te lo puedes perder!”. El *still life* más contumaz persevera en la esperanza, que es la fe cargoísta más pura.¹⁶¹ (Biólogos evolutivos preocupados por la existencia y conservación hipotéticas de algo así como un ‘instinto espiritual’ en los humanos, han apuntado cierta razón adaptativa que explicaría la selección natural de los genes implicados en la producción de nuestros estados de conciencia ‘autotrascendente’: gracias a estas estructuras biológicas particulares, el hombre y la mujer se dotan de *un sentido innato del optimismo* que les permite «continuar viviendo y procreando» en la certeza de su propia muerte inevitable¹⁶²).

g52. Ya es medianoche en Tanna



[La Tierra vista desde la Luna (Misión Apolo VIII, 24 diciembre de 1968)]

En la orilla solitaria, olvidado el día, se está alzando la oscuridad. Arriba de los campos, en el cielo, se despeñan los neones, y desde la habitación de una casa de pueblo se encienden también las estrellas de la ciudad. Sentadas en las gradas desiertas del parque, al sur de la gran metrópoli, dos criaturas aladas semejan al adulto a quien sonrío la rutina. Suena, grabada, voz de la piedra que dicta del libro y te nombra: «A todos los tamaños del Ser que no quepan en sí...»

Ya es medianoche en Tanna, la isla que un día fue la Tierra toda.