



LA TELARAÑA

JUAN PLANAS
BENNÁSAR

Apuntes de viaje

SI NO HA TERCIADO un maremoto, una nube tóxica o un misil perdido de la guerra en Libia, esa guerra confusa -iy el polvorín, alrededor!- de la que se ignora todo, hoy estaré en Madrid, retozando muy cerca de Atocha y el 11M, para repetir la descreída liturgia que suelo celebrar tras cada nueva entrega a la imprenta. Aquí el libro, su noticia, es sólo un pretexto para reunirme con amigos y algún que otro lector anónimo. Casi todo, en la vida, nos sirve de excusa para ni se sabe qué. Pero tanto da.

Lo que vale es ir haciendo. Ir pasando páginas como si surcáramos el universo con la sola misión de doblar la próxima esquina y la otra y la siguiente y así, ya en círculos o en oblicuas diagonales, concluir que no existe ese callejón sin salida donde el caos o la inercia política intentan confinarnos. Ese paredón. Esa mazmorra.

Me voy yendo, pues, como quien no quiere la cosa. Pero la quiere. Lo último que supe de Mallorca fue que los naufragos del Parlament cerraron la legislatura encantados de haberse conocido y de no volver a verse jamás. Firmaron una Ley de ciencia ficción y Buen Gobierno y abortaron una Ley de Igualdad, porque el PSIB, en el último suspiro, no aceptó la custodia compartida. Quizá, al volver, le dedique unas líneas al cretinismo de los que, en vez de abrirse al abanillo de las diferencias, se aferran al cerrojo de la uniformidad. Kafka ya lo hizo y ni caso le hicieron.

Mi gestor de descargas

MI GESTOR de descargas de internet trabaja a tiempo completo mientras yo le doy a la tecla toda la tarde-noche en esta redacción. Antes de salir de casa, selecciono la serie del día y, al regresar, mi programa amigo se ha ganado el sueldo y me tiene temporadas completas en el disco duro. Él solito, sin nece-



TROTALETRAS

MARCOS
TORIO

sidad de mi supervisión, hace todo el trabajo sucio. Con el apocalipsis que anuncia la Ley Sinde, me echa horas extra según el modelo de abastecimiento masivo. Como cuando la gente se vuelve loca y carga el carro de la compra ante una circunstancia excepcional, el internauta actúa ya con la prevención de los consumidores en el supermercado tras anunciarse una huelga de transportistas.

Luego, los defensores de un modelo de explotación obsoleto, la prehistórica SGAE y algún cantante de medio pelo se llevan las manos a la cabeza contra la gratuidad de la cultura. Más bien democratización porque los 50 euros mensuales que se embolsan las compañías telefónicas por usuario darían para que rebajaran sus ganancias y las repartieran con los creadores. ¿De verdad alguien cree que mantendrían a millones de usuarios con ADSL de 10 y 12 megas si Internet no pudiera usarse como un hiper de contenidos?

Desde que existe Spotify ni siquiera tiene sentido molestarse en descargar discos. Así que, **Alejandro** y **David**, salid a la carretera y dad conciertos porque el programa es legal y nadie os roba un euro ahí. El invento, revolucionario para la música, es todavía gratuito, siempre que no te importe que un anuncio de **Melendi** te interrumpa la escucha de tus temas favoritos. En realidad, que te sobresalten con «tú subes como la marea, yo bajo como la tensión» del artista antes conocido por sus rastas es la mejor estrategia para que termines por pagar la cuota *self-service* sin publicidad con tal de no sufrir sus rimas de garra-fón. Las compañías discográficas participan del invento y perciben ingresos según el número de escuchas, lo que confirma que otro modelo es posible. Pero mola más hacerse el intelectual político que adaptarse a las sensatas y lógicas tesis de **Alex de la Iglesia**.

José Luis Escolar, director de producción de *Ágora*, decía ayer en unas jornadas de la Mallorca Film Commission que el primer problema del cine español es el doblaje, que no se puede competir con el último taquilla-zo de superhéroes si habla en español. «Hemos cedido uno de nuestros grandes valores, el idioma», decía con toda la razón, sobre todo, porque el sistema no es recíproco y si estrenas un *almodóvar* o un *amenábar* en los USA debes hacerlo con subtítulo.

El doblaje desvirtúa cualquier obra y, sobre todo, el trabajo actoral. Menos mal que existe la piratería y puedes comprobar en casa cómo **Colin Firth** se ha ganado un Óscar por hacer de tartamudo. Me hubiera gustado ver *El discurso del rey* -aunque será la espléndida *La red social* la que pase a la historia del cine- en pantalla grande, pero hasta los Renoir la exhibían doblada al catalán. Nada que no arregle un gestor de descargas. Con *Black Swan* tampoco había esperanzas, así que no esperé al estreno y pude verla -ya titulada- dos meses antes del estreno. Da subidón

«Internet ofrece cultura de pago a la carta en versión original, ¿caso la cuota del ADSL es gratuita?»

hacerte un plan de pelis sin contar con exhibidores que sólo piensan en epatar adolescentes y hacer caja el fin de semana.

Las descargas son la salvación de quien esté interesado en algo más que la cartelera borrega o en adaptarse a los pases de una serie en las teles comerciales. Después del servicio a la carta, uno se vuelve alérgico a los anuncios de coches, quitagrasas o pérdidas de orina. Y al uniformador doblaje, que está en manos de unos pocos. Te sientas -cuando no queda más remedio porque Internet no lo tiene todo- a escuchar a **Eric Taylor** de *Friday Night Lights* y resulta que habla como **Mark Green** de *Urgencias*. O descubres que el hermano mayor de *Farmacia de Guardia* se gana la vida poniéndole voz a todos los adolescentes norteamericanos. Molesta más que el anuncio de las compresas de **Concha Velasco**. Bendito gestor de descargas. Cultura de pago a la carta en versión original.

> HABLA LA CALLE



¿Cree justo que Jaume Matas pierda todos sus bienes por la 'fianza trampa' del juez José Castro?

Los intereses derivados de la fianza de tres millones de euros que impuso el juez José Castro a Jaume Matas para eludir la prisión suponen un serio quebranto económico al que el ex presidente de Baleares no ha podido hacer frente. Según ha podido saber este periódico, el Banco de Valencia está decidido a ejecutar el patrimonio de Matas por una deuda acumulada de 120.000 euros. ¿Cree justo que Matas pierda todos sus bienes por la fianza trampa impuesta por el juez Castro?



Debate en la web:

www.elmundo.es/elmundo/baleares

Correo electrónico:

eldia.cartas@elmundo.es

Fax: 971 767656

A QUIEN CORRESPONDA

TUTTI SIAMO FASCISTI. En un reciente y breve comunicado de prensa de Memoria Histórica en el que se condenaba unas pintadas en el Bosque de la Memoria de Calvià la asociación de Maria Antònia Oliver llega a utilizar la palabra «fascista» hasta en trece ocasiones. Estos aficionados a la moviola histórica declinan el fascismo en dativo, en genitivo, en acusativo, en nominativo, en atributivo y en ablativo singular y plural. La palabra «fascista» nunca se les cae de los labios para descalificar a quienes no comparten las formas de su cruzada. Son «fascistas» los responsables de las pintadas, son «fascistas» los militares que se alzaron en julio del 36, son «fascistas» los diarios y las personas que se oponen al texto de Llorenç Capellà y era, suponemos, metafascista también la alcaldesa Aina Calvo cuando no hizo lo que querían en el monumento de Sa Feixina. ¿Queda alguien que no sea fascista para estos sectarios de tomo y lomo?

CARTAS DESDE ALEMANIA / RAMON AGUILÓ OBRADOR

La insoportable sobriedad

MEDIOS DE COMUNICACIÓN del planeta entero se han hecho eco de la nueva campaña publicitaria de Bacardi que protagoniza nuestro tenista más universal, **Rafael Nadal**. En ella, el manacorí es presentado como nuevo «embajador global de responsabilidad social» que predica el consumo moderado entre sus seguidores, sus amigos y todos sus allegados. Dudo que en el entorno de Nadal no sepan lo evidente, es decir, que cuanto más responsable y templado sea el consumo, menos botellas se van a vender. Esto resulta tan paradójico como aquella función que todo gobierno autonómico sabe encontrar para Nadal: difundir las maravillas de una isla que supuestamente es un paraíso para que vengan más y más turistas y la conviertan en un infierno. ¿O acaso se trataba en este caso de un turismo también responsable? Todos

sabemos el gancho que tiene Nadal, que seguramente sería capaz de vender aceite de ricino como el condimento más ilustre de cualquier ensalada responsable. Todo eso es legítimo, faltaría más, ese no es el tema; lo esencial de esta nueva campaña es la combinación entre la moderación alcohólica y lo que Nadal para nosotros representa.

Así pues, ¿qué simboliza Nadal, al que los norteamericanos llamaron **Gerónimo**? Desde luego que muchas cosas, pero lo que constantemente se repite y destaca en los medios y en nuestra manera de percibir su figura deportiva es sin duda su espíritu de lucha, su extrema competitividad, su voluntad ganadora, aquel carácter indomable que le lleva a no dar nunca una bola por perdida, a remontar lo imposible cuando otros caen abatidos y se rinden al ad-

versario, en una palabra, Nadal nos fascina por su exultante condición épica, por su apasionada heroicidad. ¿Y no han sido los héroes, desde **Homero** hasta **Joyce**, los portadores de tantos ideales y arquetipos que toda sociedad ne-

El deportista es el guía de nuestro tiempo, el que dice dónde está el límite

cesita para dar sentido a su manera de sentir y pensar el mundo? No obstante, Nadal, el héroe de nuestro tiempo, no lucha por Troya ni contra **Zeus**, pues en su lucha no hay en el fondo nada en juego, sino que es la lucha misma la que ha devenido el absoluto

protagonista, y eso, y no otra cosa, es lo que nos emociona estéticamente y que entendemos hoy por deporte. Pues bien, lo que se nos propone ahora es que a tal desmesura épica le sumemos el seny de quien siempre sabe en qué momento hay que parar, la responsabilidad de quien sabe decir basta, el raciocinio de la moderación. No se trata de una unión de contrarios, es algo más sutil; se trata aquí de combinar el objeto de nuestras pasiones, nuestros anhelos y nuestros sueños con el frío cálculo de la razón, de la consciencia, mezcla entonces de la heroicidad desgarrada con el peso de ser el «embajador global de la responsabilidad social». Ahora bien, ¿no perderá enteros la seducción de tal deportista si la adaptamos al eslogan políticamente correcto de una campaña publicitaria? Puede

que ocurra lo contrario, es decir, que lo realmente fascinante en nuestro tiempo sea que el héroe logre dominar y amansar las pasiones para transformarlas así en modelo, orientación y guía para el resto de los mortales. Pero, ¿hay alguien que sea capaz de cargar con todo eso sin desfallecer? **Nietzsche** dijo que sólo el superhombre, un artista al fin y al cabo, sería capaz de forjar tal hazaña. Bacardi, más astuta que el profesor de Basilea, sabe que el artista ya no mueve masas ni hace que se disparen las ventas. El deportista es el guía de nuestro tiempo, aquel que, como dice el mentado anuncio, «siempre dice a sus amigos dónde está el límite».

Y a nosotros, ¿qué nos queda? No hay duda, beber, beber, con mayor o menor responsabilidad, y olvidar así el destello de las fugaces pelotas de tenis cuando atraviesan el corazón de la noche.

Ramón Aguiló es profesor de español en Bremen.