

Cómo cambian los sueños

Raúl Guerra Garrido

Todos esos ganadores de la lotería celebrándolo, eufóricos ante la tele con declaraciones deladoras: los jóvenes quieren despedirse del trabajo con un corte de manga y dar la vuelta al mundo con una rubia siliconada. En el anuncio actual de La Primitiva, se explicita: «Todos los sueños son millonarios». Y un joven se baña en la piscina de un hotel afeitándose con un móvil el sobaco, o algo así. Los sueños no son inoxidables, ni amarillos, ni dioicos, su calidad es subjetiva, emocional y sujeta a un protocolo neurológico aún no del todo descodificado, pero la publicidad según costumbre desvía el significado hacia su interés, y aquí La Primitiva quiere decir que la lotería cumple tus sueños, y que los sueños son lujos sólo al alcance de los millonarios. ¿Para qué acordarse de Comfort?: «Si se puede comprar con dinero carece de valor». Recuerdo un joven, en el año 1960, justo después de una recesión salvaje, declarando: «Fantástico, ahora ya puedo montar mi taller». Se refería a una troquelera de moldes para inyección de plásticos y no férreos, o algo así, muy sector primario y nada glamuroso. El refranero sobrevuela ese tiempo intersecular con socarrona contundencia: vivir fuera de los presupuestos del Estado es vivir en el error, vivir dentro de los presupuestos de la autonomía es la felicidad, pero si quieres vivir sin caer enfermo hazte autónomo. El realizarse en un trabajo vocacional bien hecho es una antigualla, y así lo explicitó un famoso en un programa de máxima audiencia: «Eres un reaccionario como mi abuelo, creía que para vivir había que trabajar». Simplificando, al modo publicitario, la tendencia del cambio de ideal en los sueños durante ese mismo tiempo nos ofrece tres escalones. Autónomo: el ideal ilustrado del fin de la minoría de edad del hombre. Funcionario: quien adora los puentes pero cumple y se inhibe de la responsabilidad del mantenimiento. Becario:



©123RF

quien asume el estado de bienestar, su obligación es estar bien y la responsabilidad de que esto sea así es de otros. ¿Y quiénes son esos otros? Cuando todos seamos funcionarios o becarios, a saber cómo se mantiene el sistema, dilema ya resuelto en relación con el trabajo productivo por Aristófanes en su comedia *Las mujeres*: «Para eso habrá esclavos» (y los abuelos llevarán los niños al cole). Menos mal, podremos seguir divirtiéndonos de compras y siempre será primavera en los grandes almacenes. Sin duda, la realidad, el afán cotidiano, influye en los sueños, pero lo hace de una forma oblicua en sus argumentos, no somos sus autores sino sus protagonistas, y de una forma inquietantemente estética. El único cambio comprobable en estos últimos cien años, desde que

Freud insistiese en el tema, es que la mayoría de quienes tenemos más de medio siglo soñamos en blanco y negro, y quienes tienen menos sueñan en color. La frecuencia e influencia de las pantallas ha sido decisiva. Las del cine, las del televisor y sobre todo esas otras pequeñitas son el territorio comanche de la publicidad oculta, o sea, los coloreados comportamientos triviales de la tribu ya encadenados a la publicidad como la gallina al huevo. ●