



Edgardo Bermejo Mora (México, D.F., 1967)
ha escrito una novela sin duda diferente.

Diversa por su desparpajo y elocuencia;
magnífica en su irreverencia e iconoclastia,
Posmoderna en su animosidad finisecular,
Marcos' Fashion practica la antisolemne
relectura de la realidad "inmediata": había
una vez unos publicistas de los United Colors
of Benetton que deciden convencer al
subcomandante Marcos para emplear su imagen
en la próxima campaña promocional de esa
firma de ropa; a cambio: ropa de invierno
para hombres, mujeres y niños que están con él;
alimentos, ayuda económica y, lo más
contundente, un enorme despliegue publicitario
que hará que la causa del EZLN
sea más conocida en el mundo todavía.

Y el Sup acepta...

Partiendo de un tema y hechos conocidos
por todos, el relato trastoca, deshilvana
-anticonvencionalmente- lo que con gran
sentido del humor -sutil y desenfadado-
es una realidad que pudo/puede ser.



TOMO DE MÉXICO

TIEMPO DE MÉXICO

Una guía esencial al tiempo
de México en un solo libro



Marcos' Fashion

O de cómo sobrevivir al derrumbe
de las ideologías sin perder el estilo

Edgardo Bermejo Mora



OTRO

El día siguiente

Marcos' Fashion

O de cómo sobrevivir al derrumbe
de las ideologías sin perder el estilo

Edgardo Bermejo Mora

*Edgardo Bermejo y Roberto Adria
y el Sr. Armando Carmona*

Para Julia



OCEANO

Editor: Rogelio Carvajal Dávila

MARCOS' FASHION

O de cómo sobrevivir al derrumbe de las ideologías sin perder el estilo

© 1996, Edgardo Bermejo Mora

D. R. © EDITORIAL OCEANO DE MÉXICO, S.A. de C.V.
Eugenio Sue 59, Colonia Chapultepec Polanco
Miguel Hidalgo, Código Postal 11560, México, D.F.
☎ 282 0082 ☎ 282 1944

PRIMERA EDICIÓN

ISBN 968-6321-98-5

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita del editor, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo público.

IMPRESO EN MÉXICO / PRINTED IN MEXICO

A mis padres,
Edgardo Bermejo y Socorro Mora,
y a mi hermana Carmen.

Para Julieta.

ADVERTENCIA

*Perché tale è la ventura della parodia:
che non deve mai temere di esagerare.
Se colpisce nel segno, non farà altro che
prefigurare qualcosa che poi altri faranno
senza ridere —e senza arrossire— con
ferma e virile serietà.*

Umberto Eco,
Diario minimo

[Porque tal es la fortuna de la parodia,
que nunca debe temer a la exagera-
ción. Si da en el blanco, no hará otra
cosa que pronosticar algo que des-
pués otros harán sin reír —y sin son-
rojarse— con firme y viril seriedad.]

La amistad une; también el odio sabe juntar.

Jorge Luis Borges,
en Inquisiciones.

*El tiempo, amo indiscutible de esta
historia, que no es de las que se cuen-
tan sino que se murmuran, dejando
espacios en blanco entre palabras.*

Tahar Ben Jelloun,
en Oración por el ausente.

ADVERTENCIA

Los nombres y personajes que aquí aparecen son tela de la realidad, cosida con hilos imaginarios. Los textos firmados por otros autores son apócrifos, aunque se les demuestre lo contrario.

E. B. M.

Bienvenido a la pesadilla.

Subcomandante Marcos (3-XII-94)

Es de mañana en el piso veinticuatro de una torre comercial de lujo en la isla de Manhattan. Un flamante equipo de ejecutivos se encuentra reunido para decidir la nueva campaña publicitaria de la línea de ropa Benetton. Se trata de un grupo prestigiado de publicistas y fotógrafos formados en la escuela del célebre artista gráfico Oliverio Toscani.

Se abren las puertas de la sala de juntas. Aparece una joven y bella rubia recién egresada de un master en mercadotecnia de la Graduate School of Management, de la Universidad del Noroeste de Virginia en Kellogg, escoltada por un séquito de asesores. Con seductora elocuencia la rubia inicia su exposición mientras los ejecutivos beben en silencio café. Los asesores encienden el proyector de diapositivas y reparten documentos confidenciales.

Sobre el telón iluminado aparecen algunos ejemplos de las más recientes campañas publicitarias de Benetton: aquella dedicada a exaltar la variedad racial de los seres huma-

nos, los "colores unidos de Benetton" que desfilan a través de la sonrisa complaciente de un negro, un chino y un caucásico; cuerpos atléticos y curvilíneos, pieles estilizadas con colores pastel, niños sonrientes. La rubia explica: "Estos anuncios se propusieron con éxito mostrar la encantadora candidez de un mundo feliz que se sabe vestir con ropa casual".

Enseguida muestra a los ejecutivos las fotos Pulitzer cuyo dramatismo y fuerza expresiva fueron la clave de un nuevo hit del benetton's marketing: el joven infectado de sida que agoniza en la cama ante la desesperación aterradora de su madre; el grupo de refugiados de la guerra en exYugoslavia que se desgarran en su afán por subir a un camión de rescate de las Naciones Unidas. "En este caso —diserta la publicista— se logró sensibilizar a la gente sobre los grandes problemas de este mundo, a partir de la reinvención de dos iconos de la historia universal: la Piedad en el drama de Cristo, y el Éxodo de los hebreos conducidos por Moisés. Con esta campaña nos propusimos penetrar en lo más profundo de los sentimientos de culpa del ser humano moderno, abriendo las puertas de su aprensión, y por lo tanto de su compulsión, por el consumo como vía liberadora de culpas."

Más adelante los ejecutivos se ruborizan cuando aparece en la pantalla otra imagen benettoniana que causó gran revuelo: se trata

de un cartel cuadriculado en el que se exhiben fotos de varias docenas de penes de diversos tamaños, colores y formas, todos flácidos; unos largos como el cuello de un avestruz; otros regordetes, tímidos y pequeños; o anchos y negros como un tronco; algunos circuncidados; otros pellejados; los hay lampiños; y también luciendo una gran melena en el pubis. Al parecer no existe algún orden lógico en esta extraña presentación. "Sin embargo la hay —señala la también egresada del MIT—; se trata de un homenaje cool a la variedad fálica del mundo. La genialidad del cartel consistió en que pudo enviar dos mensajes aparentemente distintos pero con el mismo objetivo mercantil. A los hombres les decimos: 'No importa la particularidad genital de tu desnudez, al vestir con ropa Benetton te uniformamos la existencia y te liberamos de la penosa desigualdad social; Benetton brinda a tu cuerpo el reconfortante anonimato de saberse enfundado en uno de nuestros modelos'; y a las mujeres advertimos: 'Todos y cada uno de estos penes avalan el prestigio de nuestra línea de ropa, tú sabes si te lo pierdes'."

Luego de esta larga introducción, la joven rubia pasa a las conclusiones y a la propuesta:

"Como podemos ver, la clave de nuestro éxito publicitario radica en la combinación de varios elementos: capacidad innovadora;

una propuesta visual desafiante y alegórica; cierta intuición de la estética contemporánea; multidireccionalidad del mensaje y sus receptores: todas las razas, todas las edades; vocación de escandalizar y preocupación por lo social; todo esto reunido en el marco de una campaña agresiva y cosmopolita. Ahora lo difícil será superarnos a nosotros mismos duplicando nuestros records de ventas con una campaña diferente.

"Nuestra publicidad se ha convertido en un mito y sólo podremos sostenerla si logramos incorporarle a un personaje del mismo calibre mítico. Los creativos de la empresa han pensado que ya no sirve presentar a estrellas de la farándula o del deporte para anunciar nuestros productos como lo hacen otras compañías, necesitamos un personaje diferente, único, internacionalmente reconocido y al mismo tiempo enigmático. Se pensó en lady Diana, en Mijail Gorbachov, en Salman Rushdie y en John Wayne Bobitt —el hombre del pene cercenado por su esposa— pero finalmente desistimos. La clave de nuestra elección podrán encontrarla en la página cinco del documento que tienen en sus manos."

Los ejecutivos obedecen; abren el documento en la página indicada y se encuentran con un artículo del *New York Times* firmado por el escritor mexicano Carlos Fuentes. Los párrafos subrayados con tinta fluorescente ha-

blan de la "primera insurrección popular tras el final de la Guerra Fría", de "la última revolución del siglo XX y la primera del siglo XXI"; expone las "razones profundas" de la revuelta de los zapatistas en el sur de México y hace un esbozo medianamente halagador de su principal dirigente: el subcomandante Marcos.

Asombrados ante el descubrimiento, los ejecutivos dan vuelta a la página y encuentran una nota del *Washington Post* en la que Fidel Castro declara que los zapatistas han tenido una proyección y un prestigio internacional superior al de cualquier otra guerrilla latinoamericana. En las páginas siguientes aparecen fotos del subcomandante Marcos tomadas desde distintos ángulos: el encapuchado a caballo; empuñando el fusil; fumando su pipa; dirigiendo los movimientos de la tropa; escribiendo a máquina sus versos —"el guerrillero poeta" reza al pie de foto—; dando entrevistas exclusivas para las principales cadenas internacionales de noticias y jugando fútbol con niños lacandones.

Un recorte tomado de una revista de modas llama la atención de los ejecutivos: "Madonna declara que sólo hay dos hombres hispanohablantes a los que desea: Antonio Banderas y el guerrillero Marcos".

La joven publicista acomoda sus lentes y retoma la palabra: "Señores, nos encontramos ante un verdadero fenómeno del éxito

publicitario; nuestro personaje ha demostrado tener una aguda, natural y casi instintiva habilidad en el manejo de su imagen; se presenta como un hombre seguro, violento, pero al mismo tiempo sensible y justiciero; su virilidad enigmática cautiva por igual el corazón de una teenager que el de una baby boomer, y no sólo conquista corazones, también seduce conciencias: por todo el mundo su causa despierta admiración y apoyos. Detrás del pasamontañas se cifran varios mitos: el del hombre blanco que renuncia al occidente civilizador y se refugia entre indígenas para liberarlos de la injusticia milenaria; el buen conquistador; el sagrado misionero; el guerrillero ilustrado de pasado nebuloso que oculta el rostro como el legendario "hombre de la máscara de hierro".

"Por todo esto es que debemos aprovechar su imagen en nuestra próxima campaña; si Marcos anuncia nuestra ropa habremos llegado a la cima de nuestra celebridad publicitaria.

"Por un momento imaginen la foto del guerrillero mexicano recorriendo el mundo a través de nuestros carteles, en los túneles del metro, en las principales avenidas de las grandes metrópolis, en las revistas de circulación internacional; llegaremos por igual a los países ricos que a los pobres; inundaremos con nuestro mensaje al Este y al Oeste, al Sur y al Norte."

Los ejecutivos quedan más que satisfechos con la propuesta de la rubia y sus asesores. Incluso van más lejos: proponen que no sólo se ilustre la campaña con las fotos ya existentes del Subcomandante, sino que sea el propio Marcos quien acepte posar para las cámaras de Benetton, luciendo la línea de ropa de montaña para la temporada otoño-invierno: botas, suéteres, chamarras finas, bufandas, botas de corte italiano y el lanzamiento al mercado de un pasamontañas de algodón y poliéster, especial para deportes de invierno, con la firma del Subcomandante.

La reunión se demora un poco más en la elaboración de un juego de palabras que pueda complementar el lanzamiento publicitario: *Fashion/Fast-Shot: Marcos*.

Amanece "en algún lugar de la selva lacandona". Entre la espesa bruma matutina se distingue la luz que sale de una pequeña choza. Se pueden escuchar los múltiples canturreos de la fauna silvestre y los gritos en lenguas indígenas de algunos guerrilleros que hacen el relevo de guardias.

Dentro de la choza el subcomandante Marcos revisa el resumen de prensa que la noche anterior le enviaron por fax desde "algún lugar de la ciudad de México"; subraya las principales notas; revisa con nostalgia y resignación la cartelera de la Cineteca Nacional; coteja su colaboración semanal a *La Jornada* con el original que envió un día antes, y piensa que la próxima vez escribirá un relato en el que, por medio de una parábola cristiana, explicará a sus lectores los postulados del sacrificio y la lealtad.

Se escuchan pasos en dirección a la choza. Marcos interrumpe la lectura y enseguida se pone el pasamontañas; se tranquiliza cuando

ve aparecer al comandante Tacho, quien lo saluda en lengua indígena, y ya en castellano le rinde el parte, "sin novedad", de las guardias nocturnas. Aparece una niña de largas trenzas y jotes blanquecinos en el rostro, cargando una charola con el desayuno para Marcos y Tacho. Un perro pellejudo y hambriento la sigue moviendo la cola.

Los guerrilleros se quedan nuevamente solos. Marcos adivina que el comandante trae un asunto delicado, pues cada vez que esto ocurre Tacho le pide tabaco para llenar la pipa que el propio Marcos le regaló.

—Ya suelta lo que traigas, comandante —le dice Marcos.

Visiblemente nervioso, Tacho le informa que un grupo de gringos se encuentra desde la media noche en el primer retén zapatista; que desde entonces se la pasan tomándose fotos con los compañeros y diciendo que no se irán sin antes hablar con el mismísimo Subcomandante. Aclara que los gringos llegaron en un camión cargado de cosas pero que no son de ninguna caravana de apoyo, pues no se identificaron como tales y no viene ningún cura con ellos.

Marcos acribilla al comandante con preguntas: ¿Cuántos son? ¿De dónde vienen? ¿Cómo se identificaron? Sin chistar, Tacho va respondiendo a lo que puede. Ocho gringos y un mexicano: tres güeros gritones que se la pasan

tomando fotos a unas mujeres flacas, larguchonas y vestidas de forma extraña. No parecen tener miedo, más bien están como festejando, beben latas de cerveza y fuman mucho. No hablan castellano, se hacen entender con señas o leyendo un libro pequeñito que los hace balbucear como idiotas.

Antes de que termine la explicación, Marcos ordena que se ensillen tres caballos para salir rumbo al retén.

Dos horas más tarde, bajando a todo galope por una cuesta, el Subcomandante distingue a lo lejos el autobús de los gringos. Avanza otros cien metros pero no ve a ningún fuereño, sólo distingue a un grupo de guerrilleros alrededor de una fogata extinguida. Los guerrilleros se ponen de pie y con marcialidad saludan a Marcos. Uno de ellos le explica al "sup" que los gringos se cansaron de esperar, les dio frío, y se quedaron dormidos... Marcos sonríe, se relaja. Sin bajarse del caballo, se asoma por una de las ventanillas y sus ojos se topan con los muslos exquisitos de una chica que duerme desparramada a todo lo largo del asiento del autobús. Desenfunda su pistola y pega tres tiros al aire para despertar a los gringos intrusos.

El chofer del camión, que es mexicano, se baja horrorizado del autobús con las manos arriba; uno de los güeros grita sorprendido: "What's going on!"; los otros dos abren las

ventanillas del camión y comienzan a tomar fotos de manera compulsiva; las güeras gritan y se avientan sobre el pasillo del autobús. Finalmente baja una chica bien vestida y de caminar correcto. Se trata de la publicista encargada de la campaña de Benetton.

—Are you Marcos? —pregunta con agresividad ejecutiva la rubia.

—Yes, I am —responde el Subcomandante deslumbrado por la belleza de la rubia.

Desde que los ejecutivos de la Benetton le autorizaron el proyecto, la rubia advirtió que no sería fácil convencer al Subcomandante. Por eso la publicista se tardó varias semanas en el diseño de una estrategia inteligente que permitiera desactivar gradualmente las posibles resistencias de Marcos. En la universidad le enseñaron que uno de los mecanismos más efectivos de la manipulación inductiva se llama gradual strategy of induction; un manejo eficaz de esta técnica de la mercadotecnia y la psicología aplicadas, logra que hasta la mercancía más extravagante e inútil sea, a los ojos del consumidor cautivo, un producto imprescindible. De manera que la rubia revisó sus apuntes escolares de los cursos con el célebre profesor Philip Kotler, se reunió con algunos asesores y trazó un plan que suponía infalible.

En primer lugar se procura ganar la confianza del "cliente", es decir, de Marcos, sin que éste comprenda con exactitud los motivos reales y las intenciones ocultas de su

"oponente", o sea, la representante de Benetton. Para lograrlo, la rubia, que se presenta con el nombre de Samantha, ofrece a Marcos un regalo especial, algo que pueda cautivarlo —*to take by storm the soul*, "tomar por asalto el alma", indica el manual. En este caso Samantha se basó en algunas entrevistas de prensa concedidas por Marcos para escoger cuatro obsequios: la colección completa de la música de The Doors, una figurilla de cerámica que reproduce la Estatua de la Libertad sosteniendo en alto un fusil y no la tradicional antorcha, un volumen de poesía de Walt Whitman y una cazadora de nylon verde, especial para montaña, de la firma Benetton. Cada entrega va precedida de una explicación encaminada a conquistar con adulaciones al Subcomandante. Enseguida Samantha ofrece los regalos para la comunidad guerrillera: varias cajas de leche en polvo, alimentos enlatados y una docena de kits para primeros auxilios, fabricados en Taiwan.

Antes de que "el cliente" se recupere de la sorpresa y su gratitud se disipe, Samantha adelanta la primera confesión y se dispone a pasar a la ofensiva, colocando a su "rival" en situación de desventaja, ejerciendo un dominio absoluto del escenario y dejando a su contraparte sin escapatoria alguna: explica al Subcomandante que el grupo que la acompaña, además de estar genuinamente interesados

por el movimiento guerrillero, realiza un trabajo fotográfico-testimonial para una marca de ropa que desde hace muchos años se preocupa por los derechos humanos en todo el mundo. Incluso le muestra una foto en la que el senador italiano Luciano Benetton, dueño de la línea de ropa a la que ella representa, aparece desnudo, cubierto solamente con la frase: "Regrénsenme la ropa". La foto se refiere, por supuesto, a una campaña mundial de recolecta de ropa para los países subdesarrollados.

Más adelante presentará al resto del grupo: Terry, un fotógrafo de Detroit, ganador del premio Pulitzer por su reportaje sobre el apartheid en Sudáfrica; George, camarógrafo de video, director artístico del grupo y desertor del ejército americano en la guerra de Vietnam; Alan, ayudante de cámaras y sonidista; cuatro top models de fama mundial —dos rubias, una negra y una oriental— que meses atrás se desnudaron en público para protestar por el uso de pieles de animales en la confección de abrigos; y ella: Samantha, coordinadora del grupo y promotora de un comité de apoyo a personas infectadas de sida en su natal Nueva York. Un equipo de gente joven, progresista, versátil, cuyo único interés es pasar unos días en territorio guerrillero para convivir con la gente y tomar algunas fotos, mismas que deberán ser previamente autorizadas por el Subcomandante.

Seducido por el estilo candoroso de Samantha, y haciendo un esfuerzo por entender el inglés áspero de su nueva admiradora, Marcos simplemente escucha en silencio. Samantha prosigue: "Las imágenes recorrerán el planeta difundiendo la causa del ejército zapatista; nuestras modelos, que representan a las razas del mundo, llevarán a todas partes el clamor de justicia de los indios americanos".

Marcos no sabe qué hacer. La chica le resulta atractiva y sus propósitos honestos, aunque exagerados. Se decide por el enfrentamiento.

—De manera que lo que ustedes quieren es hacer negocio con nuestra causa; la voracidad del imperialismo no tiene límites.

Samantha no se pasma, al contrario, su estrategia contempla esta posibilidad e incluso peores; para cada una ha preparado un argumento certero y un gesto oportuno. En este caso, advirtiéndole que Marcos se debate entre el enfado y la duda, el manual le indica: *moderate rudeness*.

—El imperio no tiene límites —replica Samantha— pero tu desconfianza tampoco. Yo sé que tú eres un tipo inteligente, por eso me enfada lo que dices, porque tú estás pensando que detrás de cada norteamericano se esconde Tío Sam, y eso no es verdad. Queremos ayudarte, pero también necesitamos tu ayuda, porque de eso depende nuestro trabajo. Sería

más fácil hacemos pasar por periodistas y tomar las fotos sin que tú te dieras cuenta, pero eso es mentir, y a mí no me gustan las mentiras.

A decir verdad, los asesores de Samantha pensaron en el truco del "periodista" pero tratándose de retratar a Marcos luciendo ropa Benetton, la estrategia tendría que ser más complicada y paciente.

Sabiéndose acorralado, Marcos traza su propia artimaña:

—A mí tampoco me gusta mentir, por eso te digo que yo no lo puedo decidir, aquí los que mandan son otros, yo sólo soy su vocero. En todo caso que ellos decidan; voy a preguntarle al comandante Tacho a ver qué dice.

Marcos se aleja del autobús para dialogar con sus compañeros.

Samantha aguarda de pie, el sol ya ha salido con fuerza; malhumorada por la espera se despoja de su chamarra dejando al descubierto unos hombros delgados y tersos, también se suelta el pelo y se pinta los labios de un color discreto. Finalmente el Subcomandante regresa. Al verla transformada, Marcos se sacude por dentro pero evita a toda costa que se le escape una sonrisa, o una mirada amigable.

—El comandante Tacho me ordena que nos entreguen sus donaciones, que se suban al camión y que se vayan cuanto antes.

—De acuerdo —dice Samantha con suma frialdad—; voy a pedir a mis amigos que bajen del autobús para que tus hombres puedan entrar por las cosas, pero yo no me muevo de este sitio, aquí me quedaré hasta que ustedes me acepten.

Samantha se ha jugado la última carta, al llegar a este punto su estrategia ya no admite concesiones: debe provocar en su adversario un sentimiento de culpa, mostrándose ofendida y decepcionada. Sin despegar su mirada de la de Marcos, haciéndole notar su rabia y al mismo tiempo su fragilidad femenina, Samantha da el golpe maestro: deja rodar un par de lágrimas por la mejilla sin permitirse la menor mueca en el rostro, logrando de esta forma un llanto más honesto y menos histriónico.

Marcos se resiste a mirarla; prefiere darse la vuelta y ordena a sus hombres que descarguen el camión. A los guerrilleros del retén les advierte:

—Estos gringos son muy tercos; si aquí se quieren quedar, allá ellos, nada más no los dejen pasar.

Esa noche los gringos acampan al aire libre; esperando que la estrategia de Samantha resulte. No pueden dormir, Marcos tampoco; inevitablemente piensa en la chica rubia y sus palabras: "...aquí me quedaré hasta que ustedes me acepten".

Han pasado tres días desde que Marcos y el comandante Tacho les negaron el paso. Sus víveres se han agotado, también las cervezas y la pasta de dientes; ahora sólo consumen cigarros e impaciencia. Mientras tanto Samantha revisa una y otra vez sus apuntes: "Algo falló —piensa—; ¿qué pudo ser?". George se acerca a la rubia y la ultima: si antes del medio día Marcos no aparece, deberán regresar a San Cristóbal de Las Casas y conformarse con las fotos que han tomado. Samantha intenta persuadirlo aferrada a su "sexto sentido". En ese momento una de las modelos grita: *Look at!*; a lo lejos se distinguen tres jinetes que cabalgan sin prisa. Uno de ellos enarbola lo que parece una bandera mexicana; el otro, el de enmedio, no cabe duda que es Marcos: el humo de su pipa y la reluciente cazadora de Benetton lo delatan.

Segundo encuentro entre Samantha y el Subcomandante a la sombra de un árbol frondoso. Marcos inicia su exposición hablando

del EZLN y su estructura de mando; enseguida le pide disculpas por la tardanza, explicándole que la noche anterior el Comité Clandestino Revolucionario Indígena realizó su reunión semanal y sólo entonces se pudo tratar el asunto de las "fotos de los gringos". Conclusión: se acepta su ingreso a territorio zapatista, siempre y cuando traigan su propia comida y por ningún motivo se asomen a los arsenales de armas y municiones del EZ; de lo contrario, su equipo será confiscado con todo y el camión que fletaron para ingresar a la selva.

En un arranque de alegría, Samantha se arroja a los brazos del Subcomandante, colmando de besos el tejido oloroso a tabaco de su pasamontañas. Marcos se deja mimar. Sin despegarse del Subcomandante, y para seguir adelante con su plan, Samantha susurra al oído de Marcos que le tiene reservada otra sorpresa: un cerro de chamarras, suéteres y bufandas Benetton para todos los zapatistas —niños, hombres, mujeres y ancianos— que ahora podrán resistir mejor las inclemencias del invierno en la montaña. A estas alturas Marcos ya no puede decir que "no" a nada, incluso se siente agradecido, o tal vez un poquitín enamorado.

Todo está listo. Dos citas después, luego de un viaje relámpago a San Cristóbal, los gringos inician su trabajo. Terry y dos de las chicas se encargan de las sesiones de foto fija,

procurando que cada foto logre capturar el "alma" de la comunidad guerrillera que ahora luce modelos Benetton, puestos encima de su tradicional indumentaria. De esta manera las modelos trabajan a marchas forzadas, haciéndose retratar entre un grupo de niños lacandones que se divierten aprendiendo las lecciones básicas del fútbol americano; ayudando a las mujeres en las tareas de la cocina; o posando con un fusil en la mano, junto con un grupo de guerrilleros que se confunde entre los matorrales, al acecho de un ataque enemigo.

George y el resto del grupo graban en video un documental, cuya edición para advertisement de uno y tres minutos deberá llegar a las salas de cine y a las pantallas de televisión de todo el mundo. Se tratará de un documento excepcional: la fugacidad de sus secuencias, los paneos trepidantes de la cámara y las tomas cerradas de Marcos luciendo su cazadora de nylon verde —que deben aparecer en la pantalla cada nueve segundos—, imprimirán un ritmo acelerado, explosivo y jubiloso al video.

Durante tres días y sus noches los gringos realizan su trabajo. En todo ese tiempo Samantha no se ha separado del Subcomandante y el trato entre ellos dos se da ahora con una familiaridad que va en ascenso. La segunda noche Marcos prepara para Samantha una cena íntima, siguiendo los consejos de su amigo

Hermann Bellinghausen y de su única confidente para asuntos del corazón, la actriz Ofelia Medina.

Al igual que Marcos, en un principio sus amigos se muestran reticentes a los planes de los gringos y desconfiados, pero más tarde, sobre todo al notar que el Subcomandante se encuentra visiblemente perturbado, terminan aceptando que la publicidad de la Benetton contribuiría a la fama internacional de la guerrilla zapatista, confiriéndole a Marcos un perfil más humano y moderno. Además, anticipándose al posible descontento que este asunto podría ocasionar entre su público incondicional, sus amigos le recomiendan a Marcos que, por medio de un comunicado, haga saber con toda claridad que se trató de una decisión política sumamente estudiada y no de un mero desliz megalómano o de un arranque de irresponsable frivolidad. Luego de recibir las recomendaciones de sus amigos, y sin reponerse de la angustia pero ya más relajado, Marcos se acuerda de aquel famoso cuento de Ibargüen-goitia en el que el personaje, sometido a la ley de Herodes, termina entregándole las nalgas al imperialismo; de manera unánime comparten las carcajadas.

La noche de la cena con Marcos, Samantha no regresa a dormir con el resto de sus compañeros. No será sino hasta después del medio día que el Subcomandante y su nueva amiga

aparecerán de nuevo. Esta vez Marcos, salvo por los obligados arreos militares —canana cruzada y revólver al cinto—, ha cambiado por completo su indumentaria: se agregan a la consabida cazadora verde unas botas de piel diseñadas para montaña, pantalones bombachos de gabardina, un suéter tejido —de cuello redondo— y un nuevo pasamontañas del color habitual. Toda ropa Benetton de riguroso estreno y cuidadosamente elegida por los asesores de Samantha, quien fue la encargada de hacer llegar el regalo al Subcomandante, como desenlace triunfal de su estrategia.

A los gringos les interesan poco los detalles que Samantha pueda contar de su noche íntima con Marcos, sólo una duda los corroe: ¿se habrá quitado la capucha?

Las fotos que ese día Marcos se dejará tomar, más tarde lucirán como cartel en los espectaculares que la Benetton colocará en avenidas y rincones de las principales ciudades del mundo.

Para despedir a los gringos, los zapatistas organizan una verbena nocturna con desfile, música, baile y discursos. Siguiendo las recomendaciones de sus amigos, Marcos extiende la invitación para algunos corresponsales de la prensa, advirtiéndole que durante la fiesta habrá un anuncio sorprendente.

Esa noche, al término del desfile militar, Marcos sube al estrado y se acerca el micrófo-

no para dar su discurso. Señala que tras una profunda reflexión se tomó una decisión política muy importante, encaminada a fortalecer la imagen internacional del EZLN. Explica los detalles del trabajo que los gringos realizaron en el campamento zapatista y se reserva el final para dar la principal noticia: "La compañía Benetton, agradecida por el apoyo que le hemos brindado y convencida de la justicia de nuestra causa, donará al EZLN una fuerte cantidad de dólares, cuyo monto naturalmente no puedo decir, pero que indudablemente será de gran utilidad para resistir el cerco militar que mantienen contra nosotros las fuerzas del supremo gobierno".

5
Ciudad de México, 10:45 de la noche; Jacobo Zabludovsky informa al público televidente del noticiario *24 Horas* que, al regreso de los anuncios comerciales, tendrá una entrevista exclusiva con el polémico Oliverio Toscani, fotógrafo italiano sobre quien pesa una demanda judicial por parte del gobierno mexicano.

En directo, por vía satélite desde Italia, Oliverio Toscani aparece en un extremo de la pantalla, mientras que del otro lado, Zabludovsky luce de perfil ante las cámaras, saludando cordialmente a su entrevistado. Con el pelo bastante crecido, unos lentes pequeños como los de John Lennon, y un cigarro sin filtro entre las manos, Toscani aguarda paciente, en una actitud que por ningún lado denota nerviosismo.

JZ: Señor Oliverio Toscani, ¿nos puede decir cuál es su opinión luego de que el día de ayer el gobierno mexicano formalmente lo acusó ante las autoridades italianas como responsable principal de una campaña internacional de desprestigio contra México?

OT: A ese respecto no tengo mucho que decir; las autoridades judiciales de mi país me han hecho saber de la denuncia en mi contra pero también me han informado que difícilmente puede proceder la demanda, en vista de su falta de sustento jurídico y de la inexistencia de un convenio binacional en esta materia. Además, quiero decirle que no es la primera vez que enfrento una demanda judicial en mi contra, y que en todos los casos el fallo de los jueces me ha resultado favorable. Hace poco, por ejemplo, la Fiscalía de Turín buscó encarcelarme bajo la acusación de vilipendio a la religión católica por una fotos que vendí a la compañía para la que trabajo, que como usted sabe se trata de la firma de ropa Benetton, y en la que aparece una imagen de la Virgen María en medio de instrumentos médicos para practicar el aborto; eso si usted quiere es más provocativo e insolente que difundir por el mundo imágenes de la guerrilla mexicana y de la pobreza extrema en la que viven los indígenas. Sin embargo, los grupos fanatizados de Turín nada pudieron hacer contra mí. Lo mismo, estoy seguro, ocurrirá en este nuevo atentado contra mi libertad artística.

JZ: ¿Pero la línea de ropa para la que usted dice trabajar, ¿no teme a las represalias económicas del gobierno mexicano? ¿Sabía usted que en México ha quedado prohibida la ropa que lleva el sello de esta compañía?

OT: Lo sabía pero a mí como publicista no me afectan las ventas que pueda o no tener la Benetton, y, además, los directivos de la empresa me han confirmado que los ingresos por ventas en México equivalen a un porcentaje insignificante de sus ingresos a nivel mundial. El problema en todo caso no es nuestro sino de los mexicanos, que ahora deberán decidir si toleran o no estos desplantes energúmenos de su gobierno.

JZ: Entiendo, señor Toscani, que usted se ha convertido en una celebridad mundial anunciando ropa con imágenes que nada tienen que ver con el producto original que usted ofrece. ¿A qué se debe esto?

OT: Muy simple, hoy día la publicidad no necesariamente vende las virtudes de un producto. Es, más bien, una cuestión de imagen. Lo que te venden es una idea y si te gusta la idea, compras el producto. Ésa es la teoría. Cuando la propaganda de una compañía se centra en los beneficios de su producto, uno puede verificarlo, pero cuando te venden una imagen o una idea, es más difícil comprobar que lo que te dicen es cierto.

JZ: ¿Por qué escogió a México como el blanco de su más reciente campaña publicitaria? ¿No hay muchos otros problemas en el mundo como para sólo quedarse con los de nuestro país?

OT: De las razones mercadológicas de nuestra elección no puedo hablar, pues ello sería faltar a un secreto profesional, pero si le puedo decir que siempre hemos buscado una publicidad diferente, en vista de que el mundo y la realidad son diferentes. Yo no quiero un mundo igual, quiero un mundo diferente, diverso. Mi búsqueda de imágenes siempre se basará en la *diferencia*, jamás en la *indiferencia*, y no cabe duda que la rebelión de los indios chiapanecos es uno de los rincones del mundo en el que ese concepto al que llamo "lo diferente", está presente de manera muy clara. Los indios guerrilleros, como ya se les llama en todo el mundo, tienen derecho a difundir su causa a través del enorme vehículo publicitario que nosotros controlamos.

JZ: Pero señor Toscani, ¿quién usa a quién? ¿No será que son ustedes los que se están aprovechando de una causa social para vender algo tan banal como lo es la ropa?

OT: Aprovechando, en el sentido despectivo que usted le quiere dar, no. Nosotros hacemos publicidad, la cual es una forma de ofrecer un producto, es decir, de vender, pero muchas cosas que tal vez le espantaría saber, se venden: la cruz sirve para vender la religión, la pintura renacentista para vender los tabúes religiosos de la época; mis imágenes, en efecto, sirven para vender, ¿qué hay de malo en eso? Ahora, en lo que se refiere a la banali-

dad de la ropa, le doy toda la razón; no entiendo por qué con los sistemas modernos de calefacción, los seres humanos seguimos empeñados en usar algo tan incómodo como es la ropa; por eso mismo, y para demostrarle que le concedo toda la razón, en este preciso momento me voy a desnudar frente a las cámaras, lo invito a que usted también lo haga...

Antes de que el fotógrafo logre desabotonarse la camisa, la pantalla de televisión se pone en blanco y en seguida manda la imagen a comerciales.

Del buzón electrónico de Marcos

Esa mañana Marcos prendió su notebook, se conectó al servidor de la UNAM y revisó su correo personal. Normalmente la correspondencia zapatista se recibe por las vías tradicionales —el correo o de mano en mano— pero desde hace algún tiempo Marcos ofreció una dirección electrónica para el grupo selecto de sus amistades y sus relaciones. Sorbió la taza de café con distracción y abrió los archivos de su correspondencia:

R Carlos Payán <cpayan@servidor.unam.mx>
/saludos Tlayacapan
R Julio Anguita <iu@comando.es>
/itinerario España
R Eduardo Galeano <evernik@fsoc.uba.ar>
/solicitud entrevista
N M. Antonio Bernal <bernal@segob.gob.mx>
/¿Qué pasó?
N Samantha G. <samanta@benetton.com>
/Hi, dear!

Al descubrir el mensaje de Samantha, el Subcomandante sintió el vértigo de la sorpresa. Olvidando todo lo demás, de inmediato bajó el documento a su pantalla:

to: smarcos@servidor.unam.mx
from: Samantha Grinberg, NYC

Querido Sup:

Yo, la peor de todas, como diría tu paisana sor Juana —la cita, lo confieso, la tomé de una comedia musical que han puesto en Broadway hace unos días—, la hija de dos juicios malhumorados que no conocen otro verde que el de Central Park y otro cielo que el de Manhattan. Yo, la consumidora voraz, la espectadora de todo y protagonista de nada, la rubia seducida a los quince años por el profesor más decadente y obeso del high school. Yo, tu novia, tu agente publicista, tu adelita, tu liberación interior, tu nueva nostalgia, tu dicha fugaz como sólo lo puede ser la dicha de los amantes. Yo, Samantha Grinberg, joven, talentosa, multiorgásmica mujer de los noventa, aquí estoy frente a la pantalla, tecleando, rumiando, lamentando, vomitando tu distancia en esta operación binaria que me permite escribir sobre una pantalla iluminada para enviártelo sin estampillas postales ni matasellos románticos.

¿Ya te olvidaste de mí, querido? Yo no, aunque tampoco he tenido tiempo para extrañarte. En rigor no he tenido tiempo para nada en mi vida, ni para amar ni para su contraparte: el olvido. Así, de improviso, con frialdad ejecutiva, con inteligencia huidiza, he vuelto a acomodar mis días en el hastío de una existencia desprovista de pasiones. ¿Serás tú la primera de mis pasiones, Sup? Es precisamente lo que me he venido preguntando desde la tarde que elegí las manos y no los labios para sellar nuestra despedida; como si fuéramos amigos, o peor aún, como si estuviéramos, por medio de un apretón de manos, cerrando un contrato de negocios.

Escribo para no morirme, Marcos; escribo para no olvidarte, para estar sin estar, para imaginar mejores tiempos en medio del tiempo insoportable de la distancia; escribo porque es la única forma que me queda para comprender lo que pasó, para sacarte de mí o para volver a ti por la ruta indescifrable de la nostalgia; te escribo porque no quiero, ni puedo, ni debo digerir la despedida; escribo por que es la única forma que tengo de apaciguar la angustia que me provoca saberte lejos, en peligro, al acecho de la guerra.

Mi abuela solía mostrarme las cartas de amor que le envió a mi abuelo durante la guerra de Corea pero siempre me parecieron cursis e insustanciales. Ocurre que al ver al

abuelo convertido en un anciano inofensivo y torpe, simplemente no puedo imaginármelo arriesgando su vida a bordo de un cazabombardero, menos aún cuando en las películas me enseñaron que un soldado americano nunca muere. El abuelo es para mí, por decirlo de alguna forma, un héroe sin tragedia, un veterano sin guerra. Cada vez que el abuelo me muestra su cajita de recuerdos militares, no puedo evitar cierto desprecio por sus historias; entonces pienso que jamás, bajo ninguna circunstancia, se me ocurriría involucrarme con un vulgar marine de la Guerra del Golfo, y ni siquiera con un oficial graduado de West Point. Los novios militares son para la gente pobre, o para los emigrados, como mi abuela. A mí ha de tocarme un ejecutivo audaz, un estrella de cine o un intelectual rentable. Y mira lo que son las cosas. Sup, ahora tengo a mi propio soldado fugitivo, a mi guerrillero mexicano, a mi amante encapuchado.

Comprenderás que las noticias de nuestro romance se esparcieron como pólvora. Al día siguiente de mi regreso, la contestadora telefónica se inundó de mensajes que iban de la felicitación a la sorpresa, de la indignación a la envidia. Mis mejores amigas, las solteras y las casadas, las ninfómanas y las célibes, todas querían saber los detalles de lo nuestro; todas cerraban los ojos y suspiraban llevándose las manos al pecho como imaginando un

romance con Bogart o con Gable; removiendo los escombros de su inocencia extraviada antes de cumplir los quince, casi siempre a manos de chicos pecosos y precoces, amateurs ensalivacuellaos con lengua sabor a cereza por la goma de mascar, adolescentes que a la primera embestida buscaban introducir sus penes delgados y turgentes. Por lo menos a mi madre la desfloraron en un auto descapotable, y pudo ver el firmamento mientras perdía la virginidad; pero a nosotras no, ya no hubo autocinemas, ni vaselina, ni baile de graduación, ni american pie. ¿Te das cuenta ahora de lo que significas para mí y para el resto de mis amigas? Eres la recuperación del sueño adolescente de las chicas americanas de fin de siglo; el hombre enigmático y tierno que me rescató del frío y oscuro calabozo posmoderno. Si la vida de las solteras americanas transcurre con la banalidad infinita de una telecomedia que se transmite en la barra matutina, tú le has dado a mi vida la oportunidad de filmarse en película de gran formato; has pulido mi guión; has hecho de mi autoestima un éxito de taquilla. Tú, Marquitos, el casanova berrinchudo que ya no quería nada conmigo porque me negué al primer beso; el hombre barbado que me asfixió en un abrazo y me hizo llorar al primer orgasmo; tú, mi guerrillero poeta, mi salvador.

Te confieso que no me molesta que mis amigos y mis conocidos sepan, comenten y gas-

ten bromas sobre nosotros, pero me resulta insufrible la plaga de periodistas que a diario me acosan pidiéndome entrevistas exclusivas o fotos reveladoras. La revista *Vogue* me ofrece diez mil dólares por mi testimonio, y el *Newsweek* me daría cualquier cosa a cambio de una foto tuya sin pasamontañas. ¿No te entenece su ingenuidad? O mejor dicho, ¿no te indigna? También vino a verme un diplomático mexicano muy correcto y muy amable pero muy estúpido. Quería sacarme información el pobre imbécil. Muy correcta y muy amable, le pedí que saliera de mi oficina.

Sólo una cosa me preocupa querido: yo te conozco mucho más de lo que te imaginas y tú a mí no. Yo aposté a un ascenso en mi trabajo a partir del estudio detenido y a profundidad de cada uno de tus gestos y tus movimientos; en cambio, tú, ¿qué sabes de mí?

En realidad creo conocerte mejor de lo que me conozco a mí misma. Toda yo me descubro en la novedad; soy una película de estreno, una nueva y límpida página en blanco; desvirginaste mi corazón —endurecido a fuerza de sacarlo a pasear en esta urbe de hierro y basura—, le rompiste el himen de su aplastante monotonía, y ahora, cogida en el cuerpo y desvirginada en el alma, bramo por tu ausencia, sufro, río, lloro, me pavoneo por las calles, presumo con mis viejos amantes, escribo cartas de amor y enloquezco por las

madrugadas ¡Lamento tanto todo esto! ¡Te extraño tanto!

P.D. Fuguémonos para siempre mi Sup. Yo renuncio, tú renuncias y al carajo el mundo entero. Nadie es imprescindible, querido, ni siquiera tú. Ven conmigo, amor, vamos a partirnos el alma en algún rincón solitario del mundo; solos tú y yo, sin treguas ni límite de tiempo. ¿Te animas?

Al semanario nacional *Proceso*
 Al periódico *El Financiero*
 Al periódico *La Jornada*
 Al periódico de S.C. L.C., Chiapas, *Tiempo*
 A los pueblos de México y el mundo

Hermanos:

Va comunicado sobre los suéteres del "sup". Hasta mis oídos han llegado noticias del revuelo mundial que ha causado mi foto guerrillera luciendo extrañas ropas occidentales. "No dudéis de mi apariencia sino de mi conciencia", escribió lord Byron, y yo os digo lo mismo.

Vale. Salud y un suéter de Chiconcuac para los nacionalistas friolentos.

Desde las montañas del sureste mexicano.

Subcomandante Insurgente Marcos.

P.D. Que acepta los regaños que no vengan de la mediocre soberbia que anida en las mentes de puros, impuros y variopintos aprendices de brujo.

La mañana despunta adormilada sobre el verde infinito de la selva lacandona. El pequeño Chilolo juega a construir un tren con las latas vacías de la última remesa solidaria —nótese la queja— que nos llegó hasta el corazón de esta nueva esperanza latinoamericana.

Nomás por molestar le pregunto al Chilolo:

—¿Oye, has oído hablar del choque de trenes?

Chilolo, que hace unos meses estuvo a punto de morir cuando las lluvias no nos dejaban ni respirar, me ve a los ojos confundido y se va corriendo a toda prisa arrastrando con un hilo su improvisado tren de hojalata. Claro, pienso, eso me gana por andar leyendo a Demetrio Sodi en ayunas.

Al poco rato Chilolo regresa acompañado de toda su pandilla y enseguida me rodean dejándome sin posibilidad de escapatoria.

(Tomen nota de lo anterior, señores asesores del ejército mexicano.)

—Sup —se dirige a mi Chilolo—, cuéntanos esa historia del choque de trenes.

—Ésa no me la sé —respondo— pero les voy a contar otra historia mejor; siéntense y pónganse cómodos que ahí les va:

Fábula de las hormigas friolentas y la oruga tejedora de seda

Cuentan que hace mucho tiempo, cuando en la tierra sólo habitaban insectos, existió un bosque en el que trabajan de sol a sol un ejército de hormigas que le servían como esclavas a una enorme oruga. La oruga era perezosa, cruel y caprichosa, y las pobres hormigas

sólo vivían para alimentar aquel enorme cuerpo verde que cada vez pedía más y más comida. A cambio del sometimiento, las hormigas recibían al finalizar el año un pedazo de seda fabricado por la oruga para cobijarse del crudo y nevado invierno. Pasó el tiempo sin que las hormigas pudieran liberarse de aquella esclavitud provocada por la necesidad de recibir la seda para no morir de frío al caer sobre el bosque la temporada invernal. Pasado el frío las hormigas regresaban a su rutina que había de prolongarse por todo el año, por lo cual estaban impedidas de realizar cualquier otra labor que no fuera la de alimentar a la insaciable oruga.

Hasta que cierto día, hartas de la esclavitud y la dependencia, un grupo de estas hormigas decidió no servir más a la tirana oruga y dedicarse a la construcción de una casa propia que las protegiera del invierno que ya se avecinaba. La gran mayoría de las hormigas se atemorizaron por esa decisión. "No lo hagan —dijeron las hormigas conservadoras a las hormigas rebeldes—, la oruga montará en cólera y las descobijará condenándolas a una muerte segura." Pero aquel grupo de rebeldes no se dejó atemorizar y reanudaron la construcción de su guarida.

Llegó el invierno. La oruga cegada por la rabia negó a sus esclavas la preciada seda en castigo por el desacato de sus compañeras rebeldes. A los pocos días de iniciados los fríos,

toria nacional. Así Marcos vendría a ocupar un espacio político de enorme **popularidad**, frente a un **priísmo** en **descomposición** irreversible, un **panismo** como **cómplice** del poder priísta y un PRD debilitado como está por las **pugnas** internas y por la falta de un proyecto político. Además, la entrada triunfal de Marcos le viene muy bien al EZLN que ya había empezado a **declinar** su presencia en la vida política del país.

Entre otros asuntos Marcos convino con sus principales **asesores** el lugar de su presentación estelar. En un principio el subcomandante sugirió la **Ciudad Universitaria** pero rápidamente lograron persuadirle ante el peligro que representan los grupos más **radicales** de la izquierda estudiantil, profundamente irritados con su nuevo "**look**".

Negoció también la **única** entrevista que concederá para los **medios**. Resultaron favorecidos Javier Solórzano y Carmen Aristegui, quienes lo entrevistarán para su programa **En Blanco y Negro** la primera y única noche de la estancia pública de Marcos en la **capital** del país. Se espera una entrevista cargada de **sensacionalismo**; Marcos maneja con bastante **habilidad** los tonos, gestos y palabras propias de la televisión. Además, tratándose de la **inteligencia** política del zapatismo armado, Marcos conoce el sistema mexicano a profundidad, entiende sus reglas y códigos, tal como si se

desayunara cotidianamente en La Calesa de Londres, o comiera en el **Champs Ellisées**, lugares éstos donde la clase política nacional se reúne **habitualmente**. Afortunadamente el **profesionalismo** de Solórzano y Aristegui impidieron que se aprobara la propuesta original de los **directivos** de Multivisión, quienes hubieran deseado transmitir la entrevista a través del sistema **Pay Per View**, como si se tratara de una pelea de Julio César Chávez.

Al parecer Marcos también pudo entrevistarse en **secreto** con un alto funcionario de la Secretaría de Relaciones Exteriores, con el fin de negociar las **condiciones** de su viaje: los documentos que deberá portar consigo, el lugar y la hora de la **salida** —misma que deberá ocurrir con gran **discreción**—, así como las medidas de seguridad y protección que se aplicarán durante su gira. Una cosa sí es segura: Marcos no será "**Marcos**" ni estará **encapuchado** en la foto de su pasaporte; sin embargo, pudo negociar que su verdadera **identidad** permanecerá en el más riguroso de los secretos.

Acogiéndose a lo **dispuesto** por la Ley para el Diálogo, la Concordia y la Paz en Chiapas, Marcos se pasará por las calles de la ciudad de México e incluso saldrá del país, sin **temor** a que lo puedan detener.

Sólo un **endurecimiento** de última hora del gobierno mexicano podría frustrar la gira del subcomandante, aunque hay también

quienes afirman entre broma y veras que Marcos se ofreció para gestionar ante los **banqueros** europeos los paquetes **financieros** que los funcionarios mexicanos no han podido **conseguir**.

Si el levantamiento zapatista en Chiapas de 1994 cambió el rumbo de la historia nacional, los últimos acontecimientos revelan que Marcos podría cambiar el rumbo de la política mundial, pues con su aceptación de participar en esta gran campaña **multimedia** de la Benetton, por primera vez han resultado compatibles el espíritu **disidente** de un guerrillero con el instinto **expansivo** y mercantil de una empresa multinacional. **Revolución** y mercado pudieron ser envueltos en el mismo **paquete**.

Pero los cambios no comienzan con la campaña de la Benetton. Desde un inicio Marcos ha demostrado bastante **inteligencia** política para no lanzarse a una guerrilla **tradicional**, presentándose en todo caso como la cabeza de un grupo armado que solamente hizo **estallar** el conflicto para modificar la correlación de **fuerzas** en un sistema político dominado por un prisma decadente y **antidemocrático**. Desde su aparición, el discurso de la guerrilla ha estado en la lógica de la **democracia** occidental, algo que sin duda ha desconcertado a la opinión pública **internacional**. Además, el EZLN ha encauzado las demandas **democráticas** y las quejas antineoliberales de importantes **seg-**

mentos de la sociedad. Por ello, de ser un grupo político sin **tierra**, sin sede y a salto de mata —por las órdenes de **aprehensión**—, el EZLN emergió como un grupo político con **base social**, una guerrilla que sin haber disparado un tiro desde el 10 de enero de 1994, ha tenido más **victorias** políticas que militares.

El subcomandante Marcos iniciará su primera gira **pública** fuera de Chiapas en un contexto dominado por cuatro **aspectos**:

1. Las **amenazas** de división entre los grupos que simpatizan con el EZLN pero que ya no necesariamente **simpatizan** con Marcos. Al venir a la ciudad de México, el subcomandante pretende convocar a un gran pacto de **unidad** entre las fuerzas democráticas, y al mismo tiempo buscará reunir a la gran **familia** zapatista en el Zócalo, para darle un público jalón de orejas y de paso advertirle a sus críticos que “no se hagan bolas”, es decir, que aunque Marcos se vista de seda Marcos se queda.

2. El fortalecimiento de la imagen de Marcos y los zapatistas a nivel **mundial** gracias a la campaña de la Benetton. De manera simultánea Marcos irá a pedir y a **rendir** cuentas en Europa: las pedirá a la Benetton —empresa que **suspendió** su apoyo financiero al movimiento armado ante las **airadas** protestas que la cancillería mexicana envió al gobierno italiano, a la UNESCO y a la Organización Mun-

dial de Comercio— pero también las **rendirá** a los grupos de simpatizantes del EZLN que no ven con buenos ojos la **alianza** publicitaria de Marcos con la Benetton. El tercer motivo de la gira será el de **promover** la candidatura de Samuel Ruiz para el premio Nobel de la Paz, para lo cual ya logró concertar algunas entrevistas al más alto nivel. Sólo quedaría por confirmarse si Marcos participará en la sede del Parlamento Europeo, donde los eurodiputados de la Izquierda Unida española lo han invitado para pronunciar un **discurso** en favor de la ayuda al Tercer Mundo.

3. La persistencia de dos **corrientes** dentro del gobierno zedillista con respecto al tema chiapaneco: la de los **duros**, que quieren seguir acosando a los zapatistas y que no desean más concesiones, y la de los **blandos**, que quieren darle tiempo a las negociaciones para disminuir la potencialidad del **comando** político-ideológico del EZLN. Advirtiendo esta **fisura** en las altas esferas gubernamentales, Marcos estaría buscando con su jubilosa visita a la capital **exacerbar** las contradicciones al interior del grupo zedillista, orillándolo de esta forma a cometer cualquier **error** que en estos momentos podría ser fatal para Zedillo, dado el nuevo **empuje** publicitario del EZLN a nivel internacional.

4. La **debilidad** inocultable del presidente de la República, que ya ha abierto una

polémica nacional sobre las limitaciones de la política presidencial. Los zapatistas que sorprendieron al país con la petición de la **renuncia** del presidente Salinas en la Primera Declaración de la Selva Lacandona, hoy ven que la renuncia del presidente Zedillo es un tema de **debate** público.

Tanto su **aceptación** para participar en la campaña publicitaria de Benetton, como los planes para hacer una gira nacional e internacional, revelan la inteligencia **astuta** del subcomandante Marcos frente a la mente **cuadrículada** de Zedillo. Cayendo en la trampa, el gobierno mexicano **reaccionó** con furia a la campaña de la Benetton e inútilmente buscó castigar a la empresa **italiana**, mientras que Marcos, con su actitud astuta y tolerante, **exhibió** al mundo las tendencias autoritarias del presidente Zedillo y, sobre todo, su falta de **oficio** político.

Si el presidente Zedillo se está dejando **arrastrar** por lo que bien podría llamarse una transición al **autoritarismo**, es decir, el regreso a los espacios de endurecimiento político del **sistema**, lo que sucede en el fondo es que el país se encuentra en una de las fases más delicadas de la **descomposición** política: la de los vacíos de poder. Esta es la raíz de la profunda crisis política del gobierno de Zedillo: no hay rumbo ni **mando**.

Siendo así, será difícil que a estas alturas Zedillo le pueda ganar la **carrera** a un subcomandante Marcos convertido ya en una **celebridad** mundial avalada y promovida por una de las principales firmas de ropa en el **mundo**. Con este golpe publicitario a nivel mundial, Marcos ya convirtió su pequeña **aldea** guerrillera de la selva chiapaneca en la **aldea global** que imaginó McLuhan.

Del buzón electrónico de Marcos

to: smarcos@servidor.unam.mx

from: Samantha Grinberg, NYC

Mi Sup:

La nostalgia es traicionera; en estos días de bajones emocionales, lo es aún más. Aceptando sus jugarretas enciendo el televisor y te observo. Apago el televisor y te odio y te amo y me dan ganas de emborracharme y de mandarte al carajo y de cogerme al presidente de tu país para que te mueras del coraje y vengas a verme y no me dejes nunca, y me prohibas ver televisión cuando tú no estés en casa.

Lo siento, Marcos, pero odio la dependencia, mucho más si de lo que se trata es de obligar a la existencia a debatirse en los límites de la espera amorosa. Por eso odio enamorarme, y por eso regresé al psicoanálisis, para depender de otra gente que no seas tú; no me importa volver a escuchar lo mismo de siempre: que no me permito disfrutar sin remordimientos; que me sigo cobrando no sé qué infernales cul-

pas; que me obligo a pagar las cuotas de dolor que mi madre y su religión echaron sobre mi espalda; no me importa, de veras, prefiero la seguridad del diván a la desprotección infinita de mi cama vacía.

Decía que odio depender de algo ajeno a mí, y, sin embargo, mi historia personal es una bitácora delirante de pequeñas y grandes dependencias. Te pongo tan sólo dos ejemplos: padezco y gozo una marcada adicción al éxito profesional y al reconocimiento público —ambos, por fortuna, los he llegado a dominar con tal pericia que ya no me causan problemas—; también puedo disfrutar con un placer casi morboso de la bonanza económica —no concibo cómo la gente puede ir por la vida sin una cuenta bancaria lo suficientemente jugosa como para hacer de su tiempo lo que quiera en el momento que quiera—; yo, por ejemplo, simplemente dependo del dinero para que algún día, cuando haya acumulado lo suficiente, ya no dependa de él, ¿no te parece lógico?

El caso es que siempre necesito de un agente externo que me compense lo suficiente como para alejarme de la depresión. Depender de alguien o de algo es el secreto para combatir la angustia de estar sola: mi primera adicción notoria fue a los bíceps, el aliento, el sudor y las caricias disimuladas de mi instructor de pesas en el gimnasio; después vinieron los antidepresivos, la meditación trascenden-

tal y los estudios universitarios; luego seguiría el trabajo y su coronación a la vuelta de un año con la campaña que me permitió viajar a Chiapas y conocerte; ahora he vuelto al Prozac y a la comida baja en calorías como principales instrumentos de mi vocación adictiva, y, créeme, por lo menos esta noche me encuentro bastante bien. Adoro estas pastillas, Marcos; me intoxico, amor, y me intoxicas: el efecto del Prozac se me pasará en algunas horas, tú en cambio me podrías arruinar toda la vida: ¿quién es más peligroso, cariño?

¿Qué pensarás de mí a estas alturas? Tal vez ahora te sorprenda descubrir que aquella jovencita rubia que te visitó en el corazón de la selva, tan dueña de la situación, tan elegante y tan fina, visita de vez en cuando los sótanos y las buhardillas de una existencia marchita. Tú mismo lo advertías desde la primera noche que cenamos juntos. Al hacerme las preguntas fundamentales con la mirada, descubriste más allá de mis ojos a los monstruos y a las musas que me habitan: una típica clasemediera norteamericana —así dijiste—, de padres divorciados y familia desintegrada; una yuppie exitosa con los andamios emocionales al borde de la fractura. Todo eso me decías Marcos, y yo no me ofendí porque tenías toda la razón, y porque entonces pude descubrir tu intuición felina y ya sólo estaba esperando que me llevaras a tu cama.

Aquella noche sólo cometiste dos errores: no tengo treinta y dos años, querido, apenas llego a los veintiséis; y mis inquietudes ideológicas son muchísimo más elementales y torpes de lo que te puedes imaginar: tú hablas del "imperialismo" y reconoces a tus enemigos con una gran soltura, yo, en cambio, al único imperio que he logrado ver de cerca es el que presidía el malvado Dark Bader de *La guerra de las galaxias*; y si el imperialismo del que hablas se parece a aquel otro imperio de la saga interestelar, entonces no hay por qué temer: tarde o temprano el bien acabará triunfando. Pero no te enojés, querido, es una broma, una sola a cambio de las mil que me pusiste en tu carta. Por cierto, tienes razón, ya consulté con los mejores ginecólogos de Nueva York y en caso de estar embarazada es muy probable que el bebé nazca con capucha.

Ya no te quito tu tiempo, sup, y ya no me lo quites a mí porque los efectos del Prozac pronto se habrán esfumado, y no me gustaría que fueras testigo de uno más de mis aterrizajes de emergencia. Cambio y fuera.

El Sub no tiene la publicidad por fin, sino por medio.

Los medios, para él, son la guerra de Clausewitz en papel periódico: lo político prolongado por otros medios.

Regis Debray

En el auditorio principal de la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM, poco antes del atardecer, un centenar de estudiantes y un puñado de profesores discuten acaloradamente sobre la posible visita de Marcos a la ciudad de México.

Uno de los profesores, de marcado acento norteco y quien ha dejado la academia universitaria para ocupar una curul en la cámara de diputados, interviene con su característica rudeza:

—No, señores, aquí no hay provocadores que valgan, si Marcos no tiene planeado visitarnos no es porque no quiera, sino porque de hacerlo pondría en riesgo su integridad, gracias a la bola de babosos que ahora dicen desconocerlo como máximo representante del EZ. Ya basta de linchamientos, carajo, Marcos es uno de los mejores hijos de nuestra universidad y debemos recibirlo como tal. Marcos es el fruto más digno de la educación superior

pública y gratuita en México; es más, propongo que de aquí salga una comisión que se encargue de solicitar formalmente ante la Junta de Gobierno, a fin de que al compañero Marcos se le otorgue el doctorado Honoris Causa por nuestra alma mater.

[Aplausos, silbidos y abucheos]

Un estudiante jovencito y melenudo enseguida se pone de pie y reclama en tono airado a quienes conducen la asamblea.

—Moción de respeto, compañeros; exigimos a la mesa que sólo conceda la palabra a los auténticos universitarios y no a personas que se han confundido de foro: este no es el palacio legislativo de San Lázaro, ni las oficinas centrales del PRD; este es un espacio de auténtica libertad universitaria; aquí venimos a discutir los verdaderos zapatistas; a defender la dignidad de nuestros compañeros indígenas y a desconocer a sus falsos líderes, que quieren intercambiar oro por cuentas de vidrio.

[Aplausos y silbidos]

—¡Orden, compañeros! —grita el moderador a los asistentes. Vamos a continuar con la lista de oradores que se apuntaron en la lista. Sigue el compañero Fermín del CCH Oriente.

—Los compañeros del Comité General de Representantes del turno 2 del CCH plantel Oriente, proponemos a la asamblea que este auditorio en el que nos encontramos, ilegítimamente llamado Justo Sierra y tradicional-

mente conocido como el auditorio Che Guevara, desde hoy lleve por nombre Compañero Subcomandante Marcos...

[Abucheos y carcajadas]

El moderador cede ahora la palabra a un viejo profesor de la Facultad de Ciencias Políticas, a quien todavía se le distingue un ligero acento argentino:

—Y bueno, compañeros, ya debemos dejarnos de pavadas, no repitamos los vicios de antes; todos aquí estamos comprometidos con el movimiento zapatista en general y no con uno de sus líderes en lo particular. Quien esté de acuerdo con Marcos ¡qué bueno!, y quienes no lo estén tienen todo el derecho de manifestarse en contra pero no nos dejemos llevar por el rencor, compañeros, no cedamos a la tentación fundamentalista; nadie puede excluir a otros en la lucha por los indígenas de Chiapas. Yo en lo personal creo que Marcos debería venir a la UNAM, y por eso me comprometo a platicar con el ingeniero Cárdenas, para ver si él nos puede ayudar para convencer a Marcos de que nos visite.

[Abucheos]

Ya han transcurrido cuatro horas desde que inició la asamblea. Los argumentos van y vienen repitiéndose de manera circular, obsesiva. Hasta ahora lo único que ha quedado claro es que existen dos posiciones abiertamente encontradas: quienes reprueban a Mar-

cos por su participación en la campaña de Benetton y quienes consideran que no sólo no hay nada de malo en ello, sino que además podría resultar benéfico para la causa.

Un profesor que no se ha movido de su asiento ni ha conversado con nadie a lo largo de la asamblea, alza tímidamente el brazo derecho para pedir la palabra y enseguida le acercan el micrófono. Esta vez no hay protestas de los oradores en lista de espera; todos lucen agobiados por el sopor insufrible que se respira en el auditorio. El manual del buen asambleísta indica que es el momento indicado para destrabar la reunión con una propuesta diferente, y al parecer ya hubo quien se animó.

Desdibujados los rostros por el humo de mil cigarrillos sin filtro, los asistentes se disponen a escuchar al profesor, recién descubierto de entre la turba de gritones, con una mezcla de desprecio y apatía:

—Bueno, compañeros, pues a mí me parece francamente vergonzoso que andemos aquí especulando por varias horas, a consecuencia de lo que un periodista diga o deje de decir en su columna. Si hay alguien a quien no podemos seguir a pie juntillas en lo que dice es precisamente a Carlos Ramírez, y es muy probable que lo que leímos esta mañana en el periódico sea una más de sus infaustas especulaciones...; más que universitarios, parecemos

burócratas de cuarta haciendo grilla imaginaria a la hora del almuerzo...

—¡Ya cállate, pinche mapache, reformista culero...! —le grita desde el fondo del auditorio un veterano líder estudiantil a quien nunca nadie le ha tenido confianza.

[Silbidos, gritos y ssschttsss]

Pero el profesor, representante de la Caravana por la Paz "Juan Pérez Jolote", prosigue:

—...no tenemos elementos suficientes para suponer que Marcos vendrá a la ciudad de México y mucho menos para saber si desea o no venir a la Universidad. Por eso creo que debemos esperar a tener más información, y en caso de que se confirme su visita, propongo que realicemos un referéndum entre todos los universitarios para decidir si le abrimos o no las puertas; que se decida democráticamente es mi propuesta. Si gana el "no", es decir, si los universitarios rechazan la presencia de Marcos en la UNAM, los perdedores estamos obligados a reconocerlo sin chistar, pero de ganar el "sí" los ultras deberán...

—¡Ultra tu puta madre! —le vuelven a gritar al profesor desde el fondo del auditorio.

[Silbidos, amenazas y otra vez ssschttsss]

—...decía que los compañeros del colectivo Genaro Vázquez deben comprometerse a no realizar ninguna acción de protesta para el

día que venga Marcos; es por la seguridad de todos, compañeros.

[Aplausos]

Como si después de una intervención diferente los asambleístas hubieran recuperado los bríos, de pronto se lanzan indomables al clamor atronador de las consignas.

Los radicales toman la delantera:

—¡Marcos, traidor, profeta de aparador!

—¡Marcos, traidor, profeta de aparador!

Pero los moderados que defienden al Subcomandante enseguida responden:

—¡Duro, Durito, Duro!

—¡Duro, Durito, Duro!

Pasada la euforia, el moderador nuevamente toma las riendas de la asamblea y propone que se vote la propuesta del referéndum.

—¡Moción compañeros! —otro radical asalta el micrófono. Yo propongo que votemos para ver si procede votar la propuesta del referéndum, porque aquí se han hecho otras propuestas y hasta ahora no hemos votado ninguna.

[Aplausos]

El moderador pide a los asistentes que por votación económica —es decir, al tanteo—, se expresen a favor o en contra de votar la propuesta del referéndum. Pide entonces a quienes están a favor que levanten el brazo:

—¡Se aprueba compañeros! —anuncia el moderador casi sonriente. La mayoría es visible.

Ahora propongo que nombremos dos escrutadores de cada bando para pasar a la votación.

Finalmente, la propuesta del referéndum es aprobada. También se acepta que se pida asesoría a Alianza Cívica para organizar la votación, y rechazan por imprudente la idea de dos estudiantes de Derecho que sugerían traer observadores electorales para vigilar el proceso. Los más radicales, sin embargo, no se conforman con los resultados, y poco antes de dar por terminada la asamblea, uno de ellos pide la palabra:

—No estamos de acuerdo con los resultados de esta votación, compañeros. Aquí no podemos decidir nada cuando falta la representación de más de veinte escuelas y facultades. Proponemos que se convoque a otra asamblea, porque de lo contrario no vamos a reconocer esta votación y por lo tanto no participaremos en el referéndum.

[Protestas, silbidos y madrazos]

**Todos somos Marcos
Todos somos narcos
Todos somos parques
Todos somos barcos
Todos somos Marcos**

J. M.

*Graffiti aparecido en un barda
de Coyoacán, por el tiempo del
escándalo Marcos-Benetton.*

Fragmento de un artículo publicado en la revista *Nexos*, a propósito del graffiti antes mencionado:

"...según sus principales hermeneutas, el autor —no identificado todavía— se propuso describir de manera alegórica las principales señas de identidad de la generación de fin de siglo, la cual se caracterizaría por su visión encantada de la política (Marcos), su condición altamente intoxicada (narcos), y su creciente escepticismo (parcos), que sin embargo termina siendo devorado nuevamente por la ingenuidad (barcos) hasta regresar al mismo punto de origen (Marcos). Se trataría entonces de la des-

cripción del ciclo fatal encantamiento-desencantamiento-encantamiento, característico de las sociedades políticas modernas.

"Los hermeneutas, sin embargo, no se han puesto de acuerdo sobre la identidad del autor, aunque por las siglas que aparecen al calce suponen que se trata del poeta Javier Molina, chiapaneco y sesentayochero quien desapareció del mapa tras el estallido armado de enero de 1994, y a quien injustamente se le ha atribuido la autoría de algunos de los comunicados del Subcomandante Marcos."

Hace tres meses que Samantha y los gringos se marcharon. Desde entonces Marcos sostiene un intenso y apasionado romance epistolar con la publicista estrella de la Benetton, vía internet. En una de sus cartas, Samantha cuenta a Marcos lo que él ya sabe por otras fuentes: la campaña marcha con un éxito arrollador.

Eso explica que el cuartel zapatista se haya inundado de cartas provenientes de todas partes del mundo: algunas de ellas sólo manifiestan su apoyo a la causa; otras —las más— le confiesan a Marcos toda clase de pasiones amorosas y fantasías sexuales: las envían lo mismo colegialas que mujeres maduras; también las hay firmadas por hombres orgullosamente homosexuales; e incluso por lesbianas que están dispuestas a dejar de serlo atraídas por "el auténtico hombre nuevo de los noventa, cuya salvaje virilidad se ha convertido en la única capaz de revertir el secular desprestigio masculino".

No todas las cartas, sin embargo, elogian a Marcos y al EZLN. Las hay críticas en diversos grados. Marcos ha logrado separarlas por grupos: las de mexicanas y mexicanos de izquierda decepcionados por los tratos del Subcomandante con una compañía multinacional, lo acusan de hacerse cómplice de campañas "capitalistas y enajenantes"; las de meticulosos ciudadanos representantes de la "sociedad civil", que simplemente le exigen transparencia sobre la cantidad y la aplicación de los dólares recibidos; las de indigenistas puros que condenan la manipulación "de los valores indígenas en campañas que sólo resaltan los estereotipos de belleza física occidental"; las de ecologistas radicales y justicieros planetarios —casi todas provenientes de Europa— que acusan a la Benetton de ser una de las transnacionales que fomentan la destrucción de la biosfera y la perpetuación de la explotación del hombre por el hombre.

Una de las cartas ecologistas explica: "Las fibras sintéticas que se usan en la ropa Benetton no son biodegradables; un estudio científico ha comprobado que los desechos tóxicos de esta clase de fábricas de ropa permanecerán en basureros letales durante dos mil quinientos años. Además, las fibras naturales que Benetton importa, las adquiere a precios por debajo del mercado internacional en una isla asiática gobernada por un dictador sin

escrúpulos que permite la destrucción de los bosques naturales para la creación de plantaciones de algodón..."

Otra carta, más radical, descarga toda clase de improperios contra el Subcomandante, y le anuncia que se impulsará un boicot contra los productos mexicanos en Europa, particularmente contra la cerveza Corona. Las hay, sin embargo, más juiciosas, como aquella que denuncia las malas condiciones de trabajo en las plantas maquiladoras de ropa de la frontera norte de México, y nuevamente involucra a la Benetton como responsable de este crimen contra trabajadores mexicanos.

Pero el principal apartado lo forman las cartas con propuestas novedosas que podrían traer beneficios económicos o publicitarios para el ejército zapatista. Hasta la mesa de Marcos han llegado toda clase de ofertas:

Un empresario mexicano, por ejemplo, le propone al Subcomandante crear su propia línea de ropa. Cada prenda llevará el distintivo: Marcos-México, con las letras dispuestas en círculo, y al centro del logotipo un dibujo del perfil encapuchado de Marcos, embocando su pipa. Entre otros artículos, el empresario le sugiere la creación de camisetas de algodón que al frente lleven escritas consignas revolucionarias.

A propósito de la pipa, una compañía tabacalera centroamericana le ofrece sacar al

mercado un paquete de tabaco selecto, avalado por la firma del Subcomandante.

Por medio de una emotiva carta, el Sindicato de Trabajadores Universitarios le propone a Marcos que los cursos de verano que todos los años se ofrecen a los hijos de sus agremiados, no se realicen por esta vez en las instalaciones de Ciudad Universitaria, sino en el corazón mismo de la selva lacandona. Esto con el fin de que "los niños entren en contacto con la naturaleza, se relacionen con sus compañeritos indígenas, y reciban sus primeras lecciones de participación política comprometida con las mejores causas". Cada niño deberá aprender los valores de la convivencia en comunidad, realizando las tareas domésticas que se le asignen. Se pagará una cuota que será entregada en su totalidad al EZLN, y para ganarse el derecho al viaje los niños organizarán una colecta de útiles escolares que donarán a su llegada al cuartel zapatista. También se informa que previamente se ha realizado un concurso de dibujo infantil con el tema: "Mis vacaciones con Marcos", y los trabajos ganadores se anexan a la petición.

El Comité Internacional para la Difusión del Esperanto, le informa a Marcos su interés por incluir el tzeltal, el tzotzil y el tojolabal en el vocabulario y la estructura gramatical de este idioma integrador, por lo que solicitan su autorización a fin de que un equi-

po de especialistas ingrese a la selva para estudiar las lenguas indígenas.

De todas estas propuestas sólo una llama especialmente la atención del Subcomandante. Se trata de la carta de un famoso productor de cine norteamericano, quien le propone la realización de un largometraje en el que Marcos podría compartir créditos con Kim Basinger o Julia Roberts. Una superproducción en el corazón de la selva lacandona con gran despliegue de recursos y la colaboración de técnicos y actores mexicanos. El productor ofrece a Marcos que un porcentaje de las ganancias serán destinados, libres de impuestos, para el EZLN y le explica que uno de los principales atractivos de la cinta será la participación de los "verdaderos protagonistas de la hazaña zapatista", incluido el propio Marcos para quien se ha reservado el papel estelar.

El productor ha pensado algunas líneas temáticas generales. Una de ellas es de corte realista y lleva por nombre *Fire on the Mountain*: la cinta mostraría los años de preparación del ejército zapatista y el desenlace bélico de enero. En medio de los cruentos combates, Marcos conoce a una periodista americana —Kim Basinger—, estableciéndose entre ellos una relación intensa y melodramática. La otra posibilidad sería una combinación del cine negro americano y el género biográfico, se trataría de una versión adaptada de la cinta

clásica del director Robert Florey, *The Face Behind the Mask* —película que narra la tragedia de un hombre con el rostro deformado y su posterior ocultamiento detrás de una máscara de piel humana para realizar sus hazañas gangsteriles. Una historia similar ocurriría con Marcos, pero en este caso la deformidad de su rostro no lo orilla a delinquir, sino a luchar por los indígenas ocultando su identidad. Nuevamente aparece la periodista americana, quien se enamora del Subcomandante sin saber que detrás de la capucha se esconde un rostro desfigurado. En el clímax de la película, Marcos se despoja del pasamontañas ante la mirada horrorizada de la periodista, que finalmente lo acepta imponiéndose el amor y las convicciones políticas por encima de los prejuicios.

De cualquier modo, los detalles de la trama aún no están definidos, por lo que se invita al Subcomandante para que envíe sus propias sugerencias. Por lo pronto, el productor le informa que se ha puesto en contacto con Laura Esquivel para que sea la encargada de escribir el guión definitivo.

El Subcomandante estudia cada una de las propuestas ponderando su viabilidad pero sobre todo su pertinencia política. A decir verdad, salvo por las críticas que, por otra parte, se repiten mucho menos que la considerable lluvia de elogios, Marcos no se ha arrepentido

de su participación en la publicidad de Benetton. Pone sobre la mesa las propuestas que le parecen más interesantes y le escribe a Samantha pidiéndole su consejo.

Dos horas más tarde, el Subcomandante ha terminado la carta para su amada que ahora se encuentra en Milán supervisando el desarrollo del nuevo "hit" publicitario. Pero hablar del amor y sus nostalgias es más complicado que redactar comunicados para la prensa nacional, por eso cada vez que Marcos le escribe a Samantha termina abatido e inconsolable. Lo más prudente sería irse a dormir pero el guerrillero se niega ese privilegio: hay una guerra que lo espera cruzando las puertas de su choza, y para la guerra —piensa— siempre hay que estar preparados.

El amor, Marcos se pregunta, no se inventa, el amor se descubre poco a poco, me se revela como un milagro involuntario. Por un momento pensé que al partir la realidad y la distancia y todo lo que soy y que me rodea se empellaron en demostrarme la certeza.

No era mi príncipe azul, al fin ya he aprendido a vivir en la tierra: soy una princesa secuestrada en la torre más alta del castillo, pero aquí y es la fuerza de mi cuerpo estas aligando a la parte del castillo y a soltarla espada para siempre, a renunciar a tu vida y a tus compromisos, es decir, a dejar de ser Marcos —el príncipe Marcos— para convertirse en el hombre normal, común, es decir

Del buzón electrónico de Marcos

to: smarcos@servidor.unam.mx
from: Samantha Smith, NYC

Querido Sup:

Tercas, inflexibles, caprichosas, mortales, lejos de disiparse mis dudas van en aumento. Por eso otra vez estoy aquí: buscándole palabras a la confusión.

El amor, Marcos, se construye, no se inventa, el amor se descubre poco a poco, no se revela como un milagro involuntario. Por un momento pensé que sí, pero la realidad y la distancia y todo lo que soy y que me rodea se empeñaron en demostrarme lo contrario.

No eres mi príncipe azul, ni soy yo tu princesa secuestrada en la torre más alta del castillo, pero aun y si lo fueras, no creo que estarías dispuesto a bajarte del caballo y a soltar la espada para siempre, a renunciar a tu vida y a tus compromisos, es decir, a dejar de ser Marcos —el príncipe Marcos—, para convertirte en el hombre normal, común, anodi-

no, sin pasamontañas, que vive con su mujer y que la ama en la paz rotunda del anonimato.

No te culpo por eso, yo tampoco podría abandonar mi torre tan fácilmente. Si hay algo que causa adicción es la costumbre de vivir sin detenerse a pensar más allá de lo estrictamente indispensable para sobrellevar los días: del trabajo al gimnasio, del gimnasio a la casa: una ducha, una píldora, una cena ligera y a masturbarse cuerpo y mente con toda clase de simulacros que siempre se le pueden encontrar a la noche: un buen video en MTV, un concierto acústico en el Metropolitan Music Hall, una compañía sexual efímera, a veces, te confieso, ya me da lo mismo que sea hombre o mujer, un orgasmo, a fin de cuentas, casi siempre sabe igual, y al día siguiente lo mismo.

Esa es mi vida, Marcos: insulsa y desencantada pero tolerable. Tú en cambio siempre luces tan serio —aun cuando ries, ni tu mirada ni tus palabras pierden seriedad, Marcos, ¿por qué?—, tan dueño de ti, tan importante, que me terminas aplastando con tu nombre y con tu imagen: me rebasas, me intimidas, me obnubilas.

Tú has venido al mundo para realizar cosas importantes; yo, en cambio, sólo tengo por reto el de sobrevivir lo mejor que pueda con el menor número de problemas posible. Hay quienes no creerían en lo que digo debido al trabajo que tengo, a los estudios que hice y

al sueldo que gano, pero esos atributos, Marcos, se inscriben en el ámbito de lo posible y de lo correcto; no son un desafío contra nadie ni contra nada, son un asentimiento tácito del lugar y del tiempo en que me tocó vivir. No hay rebeldía posible en mis acciones; soy total y absolutamente una mujer integrada a mi circunstancia: aunque me acueste con muchos, uso condón; aunque me meta Prozac todos los días, evito el alcohol, el cigarro y las drogas duras; aunque sea novia de Marcos, del subcomandante Marcos, no tengo ánimos de pelear por los indígenas, ni por los enfermos de sida, ni por los niños hambrientos, ni por nadie, ni siquiera por ti, Marcos, aunque te ame —porque te amo, en serio, Sup.

El desencanto vital que me consume me impide ver más lejos, Marcos: ¿cómo voy a amar a alguien para toda la vida cuando he decidido que nunca, por ningún motivo, tendré hijos? Y es esta condición, que a muchos les podría parecer deplorable, la que vivo con una especie de perverso, anquilosado y monstruoso placer. Yo, Marcos, no soy ni puedo ya ser de nadie. Ahora sí debo decir, como sor Juana, que soy la peor de todas. A ti, como a todo lo que me rodea, ya te mataron mis miedos, señor Subcomandante.

Hace apenas unos meses te propuse que lo dejáramos todo y nos fuéramos a vivir a un rincón alejado del mundo y de la gente; ahora

acepto que no sólo era una fantasía, era una verdadera idiotez, una febril pendejada. Y entonces, ¿qué queda, Sup?, ¿qué nos queda?: tú me ofreces tu paraíso y eso me embriagaba hasta la náusea; yo te ofrezco mi apartamento en Manhattan, o mi casa de veraneo en Long Beach, y eso no sólo te resulta imposible, lo consideras absurdo y demencial; ¿qué podemos hacer entonces?

¡Ay, Marcos! Hace unos días el mundo parecía tan atractivo.

¡Ay, Marcos! Ya no queda nada por hacer, no hubo sitio para la utopía, otra vez volvimos a fallar.



Marcos' Fashion,

escrito por Edgardo Bermejo Mora,
reinaugura la excepción que confirma
la regla: hay cierta literatura que nos hace
posible volver a acercarnos a lo inalcanzable.

La edición de esta obra fue compuesta
en fuente palatino y formada en 1214.

Fue impresa en este mes de junio de 1996

en los talleres de Litográfica Ingramex, S.A. de C.V.,

que se localizan en la calle de Centeno 162,

colonia Granjas Esmeralda, en la ciudad de México, D.F.

La encuadernación de los ejemplares se hizo

en los talleres de Dinámica de Acabado Editorial, S.A. de C.V.,

que se localizan en la calle de Centeno 4-B,

colonia Granjas Esmeralda, en la ciudad de México, D.F.

...que no sólo era una novela, era una
verdadera historia, una lección perfecta. Y en-
tonces, ¿qué quedaba, Sup? ¿qué me quedaba? ¿a
me quedaba la palabra y eso me empujaba
hacia la realidad, yo lo hice, yo lo hice, yo lo hice
en Manhattan, yo lo hice en Long
Island, y eso me hacía imposible, lo
considero a la vez imposible, ¿qué podía
hacer entonces?

Ay, Marcos, ¿qué una día el mundo
parece tan absurdo?

Ay, Marcos, ¿qué queda nada por ha-
cer, no sabe uno para qué, otra vez volvi-
mos a fallar.

...que no sólo era una novela, era una
verdadera historia, una lección perfecta. Y en-
tonces, ¿qué quedaba, Sup? ¿qué me quedaba? ¿a
me quedaba la palabra y eso me empujaba
hacia la realidad, yo lo hice, yo lo hice, yo lo hice
en Manhattan, yo lo hice en Long
Island, y eso me hacía imposible, lo
considero a la vez imposible, ¿qué podía
hacer entonces?



Marcos' Fashion es también el testimonio
de una travesía literaria con acento profético:
lo que el autor concibió como una broma
a finales de 1994, meses después casi
se convertiría en realidad, cuando Oliverio
Toscani, el fotógrafo de Benetton, reveló
a la prensa sus planes para incluir a Marcos
entre sus controvertidos modelos.

Esta novela es de los textos que difícilmente
dejan indiferentes a los lectores; en las diversas
reacciones que desata, convoca lazos cómplices
que conmueven indeleblemente; que
provocan seguir las huellas de las
transformaciones subjetivas y objetivas,
su continuidad. Pero deja al lector con un futuro
en puntos suspensivos. La realidad se manifiesta
como colapso y la literatura inventa grietas,
resquicios con la venia perpleja del lector.





El día siguiente

Edgardo Bermejo Mora Marcos' Fashion

OCEANO



Marcos' Fashion

Edgardo Bermejo Mora



El día siguiente
OCEANO