

HISTORIA DE UN ROSTRO SIN FRONTERAS

FRANCESCO CASALS



Uno de los carteles de la supuesta campaña publicitaria, o del supuesto rostro con el que miles de personas sueñan, esta semana, en el Mercat de Sant Antoni, en BCN.

La historia, supuestamente (subrayando el *supuestamente*), empieza en el consultorio de un psiquiatra en Nueva York, y la empieza una paciente que dibuja a lápiz el rostro de un hombre que de tanto en tanto se le aparece en sueños. Es el retrato de un sujeto a la vez anodino e inquietante, alguien que bien podría pasar por pederasta o violador, o algo peor. La mujer asegura que jamás en su vida lo ha visto, y el psiquiatra toma nota y por puro descuido deja el dibujo sobre la mesa, y al cabo de unos días ocurre algo extraño: otro paciente lo descubre y dice que ese hombre se le aparece en sueños.

Dos neoyorquinos sueñan con el mismo individuo inquietante y ninguno lo conoce. ¿Será posible? Al psiquiatra la casualidad le parece extraordinaria, y por si acaso, solo por si acaso, envía copias del retrato a sus colegas. Unos meses más tarde, la casualidad se transforma en fenómeno, de momento inexplicable: otros cuatro pacientes identifican al hombre, afirman que lo ven en sueños y dicen que no se parece a nadie que conozcan. El resto de la historia es previsible. El retrato empieza a circular por todas partes y decenas, primero, luego cientos, al final miles de personas entran a engrosar el club de los que sueñan con el hombre inquietante, alguien, por supuesto, decide abrir una página web, y las teorías que intentan descifrar el enigma, o misterio, o acertijo, empiezan a estar a la orden del día. Y aún se sigue especulando.

Después de la increíble coincidencia de que unas 2.000 personas en todo el mundo digan que sueñan con el mismo rostro (en París, Roma, Berlín, Moscú, Londres, Sao Paulo, Nueva York, Los Ángeles, Teherán, Pe-

El sueño DE TODO EL MUNDO

MILES DE PERSONAS EN TODO EL PLANETA DICEN SOÑAR CON ÉL. Una web los pone en contacto para intentar descifrar el fenómeno, pero todo apunta a que se trata de una estrategia publicitaria; una muy buena, eso sí. **Por Mauricio Bernal**

kín, Estocolmo, Bilbao, Nueva Delhi, La Habana, Barcelona, por supuesto), después de eso que para muchos raya no ya en lo inverosímil (que raya), sino directamente en lo absurdo fantástico, lo que sin duda más llama la atención después de eso es que el hombre con aspecto de violador o pederasta ha resultado, a juzgar por los relatos de los soñadores, algo similar a un ángel. Un ángel feo y con rostro malvado, pero un ángel.

Un gurú o un dios

Esos relatos incluyen desde una mujer que afirma que el hombre se le aparece en sueños y la conquista con sus "románticos gestos" y sus "palabras suaves", le compra flores y joyas y la lleva a cenar, o bien a ver el atardecer a una playa; otra mujer que cuenta que suele volar con él sobre

la ciudad, y otra que dice que se presenta vestido de Santa Claus, y que logra hacerla tan feliz como cuando era pequeña; y hasta un hombre que asegura que jamás ha tenido relaciones ni fantasías homosexuales, pero que de un tiempo para acá sueña con frecuencia que hace el amor con el hombre inquietante, admitiendo incluso que este tiene mucha imaginación en la cama y consigue darle placer. Llamarse a engaño, pues, es pensar que esas facciones de niño perverso son la fachada de un niño perverso. Nada más lejos de la realidad.

Los que son capaces de creer que un fenómeno así entra en el mundo de lo plausible se aferran a teorías

como la del arquetipo junguiano, según la cual hay imágenes compartidas que todos tenemos almacenadas en el inconsciente, dispuestas a aflorar en momentos de crisis; está la interpretación religiosa, por supuesto, según la cual se trata del rostro de Dios, e hipótesis más disparatadas como la que dice que este hombre existe en la realidad y se introduce en los sueños de la gente gracias a sus poderes paranormales. Pero la teoría con mayores adeptos, la que más fácil

A PESAR DE SU ROSTRO INQUIETANTE, LOS SOÑADORES DICEN QUE LOS TRANQUILIZA

y menos paranormalmente explica el fenómeno –convirtiéndolo en algo de lo más terrenal– es la que apunta a que se trata de una campaña de marketing viral. Ni un dios ni

un gurú ni los arquetipos de Jung: unos publicistas muy pero muy listos; una idea muy pero muy buena.

Alguien que tuvo la iniciativa de comprobar quién había registrado el dominio thisman.org –centro informativo, de debate y especialmente de contacto entre aquellos que han soñado, o supuestamente soñado, con el inquietante rostro– encontró que detrás de todo está una agencia publicitaria italiana, Guerriglia Marketing (GM), especializada en campañas que probablemente a ellos mismos les gustaría que se calificara de subversivas, aunque lo justo sería tacharlas de alternativas. Las piezas encajan, o encajarían, de no ser porque los responsables de GM tienen su propia versión.

A la pregunta de si se trataba de una campaña publicitaria –y en caso de serlo, para publicitar qué– el portavoz de la agencia, Guglielmo Cavelli, contestó lo siguiente: "Miles de personas en todo el mundo sueñan con este hombre y usted sigue pensando en un ardid publicitario. La única razón por la que creamos este dominio fue para ayudar a algunos amigos a tratar de resolver el enigma". Aunque por supuesto: si se trata de una campaña tal vez es muy pronto para estropear la coartada.

Para demostrar que no miente, Cavelli ofrece hacer de enlace con un soñador. En Barcelona. El hombre se llama Iván. "Precisamente anoche soñé con él –dice–. Me perseguía". Asegura, como todos, que en la vida real no conoce a nadie que se le parezca, dice que hace dos meses empezó a soñar con él y explica que una tarde le llegó un mensaje por internet con el rostro de marras. "Busqué la página web y me puse en contacto con ellos, y ahora participo muy activamente: quiero saber qué está pasando".

O supuestamente saberlo. ≡