

La vida es móvil



Gonzalo J. Moreno Muñoz

Ingeniero de Telecomunicación

El reclamo publicitario tiene mucho de marketing y poco de filosofía de la verdad. Cuando la publicidad crea eslóganes al estilo *i'm loving it, por que tú lo vales* o simplemente *siempre*, está buscando la frase feliz que se recuerde con facilidad y tenga ese duende de la mercadotecnia para brillar sobre las demás aumentando sustancialmente las tasas de recuerdo. Nada más. Pero hay veces que la frase tiene más enjundia y el acuñador, de forma voluntaria o involuntaria, certifica que ha ido un paso más allá de los tristes *spots* televisivos. Claro que cuando Calderón de la Barca tituló su obra *La Vida es Sueño*, seguro que algún criterio de reclamo al lector tenía, por muy genial que fuera la obra que colgaba de él.

Si la vida es sueño según Calderón, también es móvil según un operador que le hace el parado; y si soñar en términos efectivos no pasa de unas horas al día, a estas alturas son más las que pasamos colgados al celular. Los tiempos corren más que las manillas del reloj aunque ya

sean digitales, y si antes consistía en pasar la vida soñando, hoy nos conformamos con gustarla hablando. La movilidad y la vida van cogidas de la mano, no desde que se comercializó el primer Motorola, sino desde que salieron los *sapiens* para cazar de las Cuevas de Altamira. Es un atributo natural en los mamíferos, moverse, y por tanto facilitar esa movilidad entra dentro de las coordenadas generales del progreso. Fue una rueda, un carro, una vela o un motor continuo lo que hizo evolucionar la movilidad, que paso a paso derribó muros y brincó fronteras. "No te subas al coche de caballos, que te estalla la cabeza" decían las abuelas preocupadas a principios del XX; "No hables mucho por el móvil, que se te calienta el hipotálamo" dicen hoy los amantes de los espacios verdes, auténticos cruzados contra las antenas de telefonía. Pero la movilidad no se detiene a pesar de los que apostaban por mantener a Platón dentro de la caverna.

Hoy la vida se sigue viviendo, pero ahora las claves del desem-

peño se llevan en el bolsillo, en apenas 30 cm², donde van quedando pocas monedas de latón y más micropagos a cuenta de factura. Porque la vida es móvil y el móvil es vida que se hace llave, monedero, agenda, callejero, cámara, radio, televisión, correspondencia, biblioteca... y todo lo que vaya cabiendo en medio palmo. Y en eso se cifra el éxito de lo portable para quien quiera escudriñar, en hacer andar la tecnología según la misma naturaleza del hombre. Porque la evolución que unas veces se llama máquina de vapor y otras códigos bidimensionales, son las patas de la misma mesa al dar un paso al frente. No se circunscribe a una cultura, ni a la compra compulsiva de tonos, sonitos, polítonos; que va asociado a ese iberismo tan nuestro de marcar el territorio; sino a la propia cadencia del descubrimiento que mejora la vida, y acorta distancias. Es un proceso global, la revolución móvil de nuestros días que sirve al hombre para que el hombre viva mejor. Se trata de aligerar la carga y moverse con facilidad. ♦