

LOS VIAJES DE B. Y J.



A raíz del lanzamiento del (muy divertido) segundo anuncio Gates-Seinfeld [1], apareció un hilo en reddit donde uno de los usuarios hacía notar que el spot podría tener un mensaje subyacente más profundo de lo que parece a primera vista. Según *ohitsme*...

La abuela es Unix, [...] el precio de la comida china ("39,75, colegas.") es una referencia al valor del precio de las acciones de Apple en 2004 [...], y la jirafa de cuero ¿es "Jaguar", "Leopard" o un pingüino?

Lo malo es que una vez uno empieza por ese camino, resulta ser de no retorno, uno de esos de los que están hechos los memes legendarios. (NOTA: para poder seguir el resto de esta editorial es imprescindible haber visto el anuncio en cuestión, así que, si no lo ha hecho ya, visite los enlaces al pie. No se preocupe, no hay peligro de que le den ganas de repente de instalar Vista: El anuncio es bueno, pero en un sentido totalmente inofensivo y no intencionado por sus patronos).

Analicemos todo esto: la casa, la familia, y todo su entorno, según yo lo veo, es el mercado informático en el cual Gates y Seinfeld (léase, la vieja y nueva cara de Microsoft) se pretenden integrar. Eligen invadir un domicilio al azar, imponiéndose sin ser invitados, lo cual es muy parecido a lo que hace Microsoft en la realidad con sus instalaciones OEM, obligando al consumidor a llevarse Windows con una nueva máquina sí o sí.

En principio, son bienvenidos, incluso los padres de familia (la industria) les compran condimentos especiales ("Mostaza con vino blanco, como en los restaurantes caros") para suplementar su aburrida comida. Léase: cada nuevo lanzamiento de Windows ha exigido una renovación del hardware, ya que el viejo ("¿Esto no lo comimos ayer?" pregunta Gates) nunca es suficiente.

Durante esa misma cena se produce otro momento revelador que ayuda a aclarar cómo se ve Microsoft a sí misma: "Estás ocupando mi sitio, payaso", le espeta la abuela a Seinfeld. ¿Una referencia a que los servidores de

Windows han desplazado a los de Unix de las infraestructuras corporativas? Sin embargo, a lo largo del anuncio, a pesar de sus costumbres raras, la abuela demuestra ser bastante más útil y eficiente que Bill y Jerry juntos: ella es la que lava la ropa, corta el césped y arregla el coche. Ahí hay una lección que aprender, sin duda.

El hijo gordito, inadecuado, criticón y que quiere todos los juguetes que tiene Microsoft, posiblemente sea Linux. Impagable el momento en que se le pilla comiéndose la mostaza de Gates y Seinfeld directamente del bote y es regañado por el padre. Léase: ¿Cómo se atreven los programadores del software libre a crear sus propios drivers abiertos cuando la industria ha creado el hardware sólo para Windows?

Más adelante, Gates y Seinfeld son acusados de robar una jirafa de cuero (léase: juicios antitrust y por abuso de posición dominante), y el objeto aparece en la mochila de Gates. G & S son castigados, al igual que Microsoft ha sido condenado varias veces.

Es un anuncio, sí, y el intento de humanizar y presentar como víctima (tono que se escoge para esta parte del spot) a una de las mayores, menos escrupulosas y más depredadoras de las corporaciones del software, es pura mercadotecnia. Nada que objetar, ya que hasta ahora la lógica interna que los guionistas han imprimido al spot es impecable.

Sin embargo, en este punto es donde los creativos empiezan a desviarse de su férrea adscripción a la ("parabólica") realidad y comienzan a reescribir la historia a gusto de Redmond. Resulta que Microsoft/B & J en realidad no son culpables, sino que han sido víctimas de una conspiración, un complot urdido por la hija repipi y la abuela cascarrabias. La abuela, ya se ha dicho por ahí que es Unix, y la niña repipi es claramente Apple. ¡Pero, claro! Apple añora los días de éxito del Apple II, y da palos de ciego en el mercado mientras pierde su cuota (= su habitación) ante Microsoft. Solución: aliarse con Unix (lo que da lugar a Mac OS X) y volver a recuperar a los usuarios. Lo que la abuelita Unix no sabe es que su tierna nietecita no tendría ningún empacho en encerrarla en el asilo a la menor oportunidad. ¡Pues bueno es Steve Jobs!

Finalmente vemos a Gates y Seinfeld cami-

nando por la carretera en busca de otro hogar donde refugiarse. Nunca pensé que diría algo así de nada que tuviera que ver con Microsoft, pero sublime... falso, manipulador y tergiversado, pero sublime.

Por desgracia, en vista de la pésima recepción que han obtenido los anuncios, Microsoft ha decidido cambiar de táctica, suspender la serie "Las Aventuras de Jerry y Billy", y lanzar unos spots mucho más convencionales (léase "aburridos") incluso con un tercer y último anuncio con Jerry Seinfeld ya producido y listo para emitirse, condenado, sin embargo, al limbo de los proyectos iniciados y nunca terminados del gigante del software.

A pesar de que consideraba la primera entrega de la serie bastante peor que mediocre, la segunda resultó ser una agradable y divertida sorpresa. Si Microsoft hubiera tenido alguna idea de la historia y de la buena ficción, habría permitido que la agencia de publicidad siguiera en la línea marcada por la idea del Windows errante, en busca de un hogar.

Aparte de darnos horas y horas de entretenimiento en la forma de un *sitcom* de unos pocos minutos por episodio, tal vez habría permitido evolucionar la idea hacia el verdadero arte y que ocurriese algo como en "The Swimmer", pero en vez de piscinas, con Gates y Seinfeld encontrando hogares progresivamente más fríos y menos predisuestos a acogerles.

De manera análoga a lo que le ocurría a Neddy Merrill en el mencionado relato, en un último anuncio, unos envejecidos, mal afeitados y harapientos Gates y Seinfeld caminarían por una desierta carretera en medio de la nada hasta una última, destartalada y solitaria casa, el último lugar donde buscar santuario.

Pero cuando llaman a la puerta, sus golpes resonarían a través de un hogar largamente abandonado. ■

Paul C. Brown
Director

RECURSOS

[1] Segundo (y último) anuncio de Microsoft con Gate y Seinfeld: <http://www.youtube.com/watch?v=gBWPf1BWtkw>