

REPORTAJE: REPORTAJE

Alerta zombi en Madrid

PABLO LEÓN 13/02/2009

Caras destrozadas, brazos amputados y cerebros con gusanos. Más de 400 personas —doble de Obama incluido— se han contagiado en la capital con la Marcha Zombi 2009. Sus reivindicaciones: ensalzar la diferencia y darle una colleja a la sociedad de consumo.

No serán tan *glamourosos* como los vampiros ni tan bestiales como los hombres lobo, pero es evidente que los zombies tienen su atractivo. Su mirada perdida, su andar tambaleante o su absoluta ineptitud seducen desde hace décadas a ciertos humanos, que ven en ellos algo así como el pasaporte a una vida sencilla y libre de ataduras. Hasta el punto de que hoy se han convertido en una suerte de tribu urbana con sus asociaciones, sus tiendas y sus manifestaciones reivindicativo-festivas como la del pasado 7 de febrero en Madrid.

"La moda viene de Estados Unidos, pero lleva varios años arraigada en España. Y cada vez somos más", comenta con los dientes verdosos Gorka Arranz, de La Kasa del Maquillaje, uno de los ideólogos de la primera marcha zombi, en 2007. Entonces, la cita arrastró a 150 muertos por las calles de la capital. La de este año, a más de 400. La ruta: de la plaza de Felipe II, en el barrio de Salamanca, a la céntrica plaza del Carmen. "Los muertos no pagamos", gritaba una masa de zombies mientras entraba en el metro de Goya. Niños llorando, jóvenes riendo y personas que, cuando veían el vagón cargado de cadáveres amenazantes, dudaban si entrar o no. "Pensaba que estaba en el *videoclip* de *Thriller*, de Michael Jackson. Da un poco de *yuyu*", admitía una viajera con media sonrisa.

Entre la multitud, un clon de Obama... *zombificado*: "En mi equipo, los muertos vivientes ya tienen representación", decía con sorna mientras sus guardaespaldas

le protegían de una nube de fotógrafos.

"He venido a la marcha a buscar cerebros y 10 minutos de gloria", reconoce Frankiezombi. Los motivos que les llevan a la *transformación*, dicen, van desde el puro entretenimiento hasta el compromiso social. "Somos zombies en nuestra vida. Nos dejamos llevar por la rutina: del trabajo a casa, de casa al trabajo, y de ahí no salimos. No tenemos iniciativa, nos movemos casi por instinto", explica Adolfo, asiduo a los foros de Internet sobre el tema.

En los albores del siglo XXI, el contagio no empieza con un mordisco, sino que se produce por un mensaje, en un *blog* o en Facebook, donde existen más de 500 perfiles zombies. El grupo *¿Sobrevivirás al apocalipsis zombie?*, por ejemplo, tiene 5.606 adeptos. Su versión en inglés, más de 50.000. En ellos se ensalzan la *zombificación* del mundo o los videojuegos sobre muertos y se discute sobre manuales varios.

Entre la diversidad de perfiles existe una pasión que les une: George A. Romero, el director de *La noche de los muertos vivientes*, filme que sentó las bases del zombi moderno desmarcándose del mito proveniente del vudú. Tras seis películas del género (una pendiente de estreno en 2009), nadie le discute el trono. "Todo esto lo hacemos por él, queremos mantener su legado, y nos reunimos la primera semana de febrero para celebrar su cumpleaños", explica un joven con la cara llena de látex.

En sus guiones, los descerebrados cadáveres representaban los problemas de la sociedad estadounidense de la época. Su primera cinta, de 1968, era una crítica velada a la guerra de Vietnam y, a la vez, un alegato antirracista en el que su protagonista era negro. "Una película subversiva que alegaba por la contracultura", opina Román Pinazo, anfitrión de la marcha y creador de *El blog de Sephiroth*, una bitácora sobre el tema. En una de las secuelas, *El amanecer de los muertos*, la sociedad de consumo se convertiría en la diana. Mientras los vivos se refugiaban en las tiendas de un centro comercial, los muertos les acechaban de manera compulsiva "siguiendo una especie de instinto, porque ése era un lugar importante cuando estaban vivos", aclaraba en una escena uno de sus protagonistas. Treinta años después, las analogías con la sociedad actual son evidentes.

Quizá porque muchos consideran que del escenario socioeconómico actual al apocalipsis hay un paso, el fenómeno se está propagando rápido como el virus *Solanum*, origen de la plaga en los libros de Max Brooks

Guerra mundial Z (Ed. Almuzara) y *Guía de supervivencia zombi* (Ed. Berenice). Emulando a Romero, el autor —hijo de Mel Brooks y Anne Bancroft— ha refundado la mitología zombi, provocando un segundo despertar del género en la literatura. "Seguimos sus libros al pie de la letra. Para defenderme cuento con un látigo, herencia familiar, y agua bendita. Habrá resistencia a la plaga y será de serie B", explica en la marcha un pretendido superviviente del cataclismo.

Los luchadores contra la epidemia se están preparando; dicen que la falta de humanidad llevará al mundo a un apocalipsis zombi en 2010. Mientras esperan, los zombies españoles planean batir el récord de la *zombie walk* de Toronto de 2007, que despertó a 1.100 engendros. Para ese resurgimiento, Madrid ya cuenta con un líder: Obama. Aunque sea en versión zombi.

La muerte no hace ascos a nadie

El zombi moderno es, en esencia, *moderno*: escucha música clásica o gótica; le seduce un cerebro hetero o uno gay, y se pierde tanto por fosas barriobajeras como por elegantes mausoleos.

A pesar de que el estereotipo reza que a los muertos vivos les gusta agitarse al ritmo de la música gótica, *heavy* o siniestra; que son aficionados a los videojuegos y al rol, y que son, esencialmente, heterosexuales, la realidad es que cualquiera puede formar parte del colectivo. Para ser admitido basta con una actitud pasiva-reivindicativa ante la vida. Los zombies carecen de ambiciones, todo les da lo mismo, no se comprometen con nada. "Tendemos a etiquetar, pero hay mucha mezcla. No es un tipo de gente o una tribu urbana concreta. Son personas a las que les gusta el género de terror y, en un momento dado, se contagian y transforman. Es un movimiento en contra del consumismo que nos come el cerebro, aunque luego todos estamos ahí", explica Gorka Arranz, coorganizador de la marcha madrileña. Y es tan abierto que hasta los que lo combaten también tienen cabida en ese particular cementerio, ataviados de cazadores o supervivientes. Para muchos se trata de sentirse parte de algo, de un grupo determinado, más que de defender una bandera concreta. Sin más ganas que las de divertirse —y unas dosis de desengaño social—, banqueros, dependientes, niños, señoras o familias pueden aspirar al contagio. En Madrid se pudo ver, por ejemplo, a un cadáver de Harry Potter junto a una pija que se "hizo enterrar" en un ataúd de ébano y "unas cuantas *zombiconas* que se van para Chueca (el barrio gay capitalino)", como exclamaba un macabro enfermero a sus amigos. Se sabe que la muerte, tan democrática ella, no discrimina ni por raza, sexo u opción sexual. Según los zombies, una vez muerto ya sólo queda el placer.